

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Azizah, H. N. (2022). Intip Harga Franchise Mixue Serta Persyaratannya. Retrieved from IDX Channel website: <https://www.idxchannel.com/milenomic/intip-harga-franchise-mixue-serta-persyaratannya/2>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2021-2023*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEyMyMy/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu--menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management A Strategic Approach*. Harlow: Pearson Education.
- Cicilia, M. (2021). Menparekraf: Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif. Retrieved from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif website: <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/>
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Business Research Methods*. Jakarta: Erlangga.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36.
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis of the Effect of Store Atmosphere and Social Factors on Emotional Responses Affecting Consumers' Purchase Decision. *IJSE: Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 5(1), 356–370.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Helall, O. M. (2020). The Importance of Product Quality as a Way to Attract Consumers in the Technology Market. *Academic Journal of Research and Scientific Publishing*, 19(2), 42–53.
- Ika. (2019). Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia. Retrieved from Universitas Gadjah Mada website: <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor*

- Kampiu. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.
- Laisina, N. J. M., & Fairliantina, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Membeli di Kopi Kenangan Pasar Minggu. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 180–189.
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2018). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill Education.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Mixue Asia. (2023). History of Mixue. Retrieved from <https://mixue.asia/>
- Mixue Indonesia. (2023). Cooperating Requirements Mixue Store. Retrieved from www.mixue.co.id website: www.mixue.co.id
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (Fourteenth). New York: McGraw-Hill Education.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- MTI Insight. (2023). Mixue: Kok Bisa Viral Banget? Retrieved from <https://medium.com/@mtiinsights/mixue-kok-bisa-viral-banget-b10be2c8d210>
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Pristiawan, H. E., Mariah, & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63.
- Purwanto, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon di Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Putri, A. A. (2023). 10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia. Retrieved from Good Stats website: <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere,

- dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(1), 1–10.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Edisi 2). Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rosa, N. (2023). Pakar Unair “Bongkar” Strategi Marketing Mixue. Retrieved from Detik Edu website: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6500738/pakar-unair-bongkar-strategi-marketing-mixue>
- Sa’adah, U. (2023). *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus terhadap Pembelian Ice Cream Mixue di Kota Semarang)*.
- Sangadji, M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-WoM terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 143–158.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (Eleventh). Harlow: Pearson Education.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Setiawan, Z., Nurapriyanti, T., Hapsari, I., Ibrahim, H., Nurchayati, N., Jumiati, E., ... Iswahyudi, M. S. (2023). *PERILAKU KONSUMEN: Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia’s Fast Food Customer. *International Business and Management*, 2(1), 198–208. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820110201.015>
- Sjofian, D. M. (2023). Mengenal Strategi Marketing Mixue. Retrieved from Medcom.id website: <https://osc.medcom.id/community/mengenal-strategi-marketing-mixue-4988#:~:text=Dengan menerapkan strategi harga yang,dari golongan pelajar dan pekerja>.
- Sofiati, N. A., Sudaryo, Y., Hakim, D., Indriani, T. P., Solihah, M., Ramadhanti, N. Y., ... Nurhayati, I. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pengantar untuk Penelitian Bisnis*. Bandung: Universitas Indonesia Membangun.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wulandari, I. S. (2019). *Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran dan E-WOM terhadap Brand Equity Produk Es Krim Aice*. Universitas Diponegoro.