

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer ( Studi Pada Konsumen Art Project Lampung Di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 1(2), 11–24.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: Studi Pada Konsumen Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1217>
- Anggraini, M. (2021). *Keunggulan Iklim Tropis Indonesia Bagi Masyarakat, Mulai Lingkungan Hingga Ekonomi*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/trending/keunggulan-iklim-tropis-indonesia-bagi-masyarakat-mulai-lingkungan-hingga-ekonomi-klm.html>
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2016). *Principles Of Marketing*.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *Jmd : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V3i1.554>
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect Of Promotion And Product Quality On The Purchase Decision Of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/view/1170>
- Athallariq, F., & Suhermin, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Ilmu Dan Riset* ..., 1–20. <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4518/4518>

- Aulia Rahmah, N., & Pradana, M. (2022). The Influence Of Brand Image And Product Price On Starbucks Coffee Purchase Decision (A Case Study Of Starbucks Coffee Consumers In Bandung City). *E-Proceeding Of Management*, 9(1), 91.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21, 1–15. <https://doi.org/10.54367/Jmb.V21i1.1182>
- Berita, T. (2022). *Daftar Menu Mixue Dan Harga Lengkapnya Untuk Nongkrong Di Akhir Pekan*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/berita-terkini/daftar-menu-mixue-dan-harga-lengkapnya-untuk-nongkrong-di-akhir-pekan-1yladiezriw/full>
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Illomata International Journal Of Tax And Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/Ijtc.V2i1.202>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarif, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63–76. <https://doi.org/10.21460/Jrmb.2021.162.392>
- Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal Of Management*, 10(3), 299–310.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–147.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). Word Of Mouth Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*.
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bismak*, 2(2), 8–17.
- Herlina, R. (2022). *Sejarah Terciptanya Es Krim Dari Berbagai Negara, Ada Indonesia*. Idntimes.Com.

- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/Asy-Syarikah.V2i1.311>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada Snk © 2019 Published By Umsu (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/Jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada Pt Aim Safety Indonesia. *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. <https://journal.uin.ac.id/Ajie/Article/Download/12470/8992>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing Eighteen Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.
- Labesi, S. C. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pajero Pada Pt. Makassar Mandiri Putra Utama. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3778–3787.
- Makasidamo, F. P., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Manado. *Productivity*, 3(3), 199–204.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal Emba*, 9(4), 314–323.

- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Stie Pertiba Pangkalpinang*, 6(1), 96–104.
- Maulana, A. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa J&T Express. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 333–336. <https://doi.org/10.52434/Jwe.V20i3.1373>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/Abiwara.V1i2.795>
- Mixue. (2023). Mixue.Co. <https://www.mixue.co/>
- Mysooltan. (2023). *Begini Strategi Bisnis Mixue Yang Merajalela Di Indonesia*. [www.diplomatsukses.com](http://www.diplomatsukses.com). <https://www.diplomatsukses.com/begini-strategi-bisnis-mixue-yang-merajalela-di-indonesia>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V7i1.1528>
- Ningrum, Y. C., & Hayuningtias, K. A. (2022). The Influence Of Product Quality, Social Media Marketing, And Brand Ambassador On Online Buying Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 316–324. <https://doi.org/10.36555/Almana.V6i2.1892>
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 50–57. [www.jurnal.imsi.or.id](http://www.jurnal.imsi.or.id)
- Nur, A. (2022). *Terlaris! Intip Harga Franchise Mixue Indonesia Di 2023*. [Hadirr.Com](http://hadirr.com). <https://www.hadirr.com/blog/harga-franchise-ice-cream-mixue-indonesia/>
- Pahlevi, R. (2022). *Mixue Memiliki Jejaring Boba Terbanyak Di Asia Tenggara*. <https://databoks.katadata.co.id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartikawidya Utama. *Jimea | Jurnal*

- Permana, I. A., M. Ramdan, A., & Mulia Z, F. (2019). Kekuatan Keunikan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 1(1), 181–191. <https://doi.org/10.31539/Jomb.V1i1.608>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.15.2.75-82>
- Prayitno, B. B., & Widyawati, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(2), 1–21.
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food Di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 35–45. <https://doi.org/10.54144/Jadbis.V8i1.3153>
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/Iej.V1i2.540>
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3933–3942. <http://www.detikoto.com/>
- Samosir, S. L. (2022). *Peluang Pasar Produk Es Krim*. [Ukmindonesia.Id. https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-es-krim](https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-es-krim)
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.1057>

- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/Exc.V8i1.911>
- Sari, W. A., Prayoga, Y., & Syahputra, R. (2022). The Influence Of Price, Product Quality, Brand Image Towards Customers Buying Decision On Citra Pesona Shop. *Quantitative Economics And Management Studies*, 3(3), 357–362. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems939>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*.
- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 362–376.
- Srihadi, R. H., & Pradana, A. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung. *Eproceedings Of Management*, 8(4), 3406–3412. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15330>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Suliyanto. (2018). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan Spss*.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 919–928.
- Suryati, A. (2022). *Sejarah Mixue Sudah Ada Sejak 1997 Di Tiongkok*. [Tribunlampungtravel.tribunnews.com](https://tribunlampungtravel.tribunnews.com). <https://tribunlampungtravel.tribunnews.com/2022/05/21/sejarah-mixue-sudah-ada-sejak-1997-di-tiongkok>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*.
- Triharsari, T., & Talkah, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid – 19. *Otonomi*, 22(1), 150–159.
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Healthy Lifestyle, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(3), 484–494. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>