

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiholan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus di Area Kabupaten Demak). *Journal of Management*, 4(4).
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh kualitas layanan, brand image, harga dan kepercayaan produk terhadap keputusan pembelian (studi layanan e-commerce Berrybenka. com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 10–29.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Angelia, D. (2022, September). Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022. *GoodStats*.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Arruda, E. H., Melatto, R. A. P. B., Levy, W., & de Melo Conti, D. (2021). Circular economy: A brief literature review (2015–2020). *Sustainable Operations and Computers*, 2, 79–86.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*, 4(1), 33–46.

- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Budiyanto, T. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 488–500.
- Cheng, F.-F., Wu, C.-S., & Chen, Y.-C. (2020). Creating customer loyalty in online brand communities. *Computers in Human Behavior*, 107, 105752.
- Cholil, A. M. (2021). *150 Brand Awareness Ideas*. Anak Hebat Indonesia.
- Cockrill, A., & Goode, M. M. H. (2010). Perceived price fairness and price decay in the DVD market. *Journal of Product & Brand Management*, 19(5), 367–374.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Creswell, J. W. (2014). *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*. SAGE publications.
- Etik Setyorini, E. S., & Hanifah Noviandari. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Komitmen terhadap Kinerja Karyawan. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 47–61. <https://doi.org/10.54396/qlb.v3i1.295>
- FADHILA, R. S. (2019). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel, Lama Menginap Wisatawan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kalimantan Selatan. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.20527/jiep.v2i1.1152>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441–469.
- Field, J. (2015). *Modal Sosial (terjemahan)*. Kreasi Wacana.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2020). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-. Hill/Irwin.

- Hanifah, R., Hardiansyah, A., & Sugiyanti, D. (2022). Analisis Kadar Protein, Serat, dan Daya Terima Es Krim dengan Penambahan Tepung Sorgum. *Jurnal Ilmu Gizi Indonesia (JIGZI)*, 3(2), 1–11.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The effects of product quality on customer satisfaction and loyalty: Evidence from Malaysian engineering industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20.
- Kerlinger, F. N. (2015). *Asas-asas penelitian behavioral*. Gajah Mada University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (Global Edition)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson/Prentice Hall.
- Lomboan, R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2020). Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 256–260.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of marketing research: A hands-on orientation*. Pearson.
- Maswar, M. (2017). Analisis Statistik Deskriptif Nilai UAS Ekonometrika Mahasiswa dengan Program SPSS 23 & Eviews 8.1. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 1(2), 273–292. <https://doi.org/10.35316/jpii.v1i2.54>
- Miftahuddin, M., Melani, V. D., Subianto, M., & Nur, I. M. (2022). Perbandingan Nilai Akurasi Peramalan Model Terbaik ARFIMA-GPH dan Intervensi Multi Input dalam Peramalan IHPBIA. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 10(1), 1–6.
- Muhidin, M., & Situngkir, T. L. (2022). Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015 - 2021. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 15–27. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i1.2093>
- Murdapa, P. (2020). The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions. *EBGC 2019: Proceedings of the 2nd International Conference*

on Economics, Business, and Government Challenges, EBGC 2019, 3 October, UPN" Veteran" East Java, Surabaya, Indonesia, 74.

- Mustajab, R. (2021, January). Data Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak 2021, Ada Mixue. *Dataindonesia.Id*.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83–88.
- 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>
- Oktaviani, M. A., & Notobroto, H. B. (2014). Perbandingan Tingkat Konsistensi Normalitas Distribusi Metode Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors, Shapiro-Wilk, dan Skewness-Kurtosis. *Jurnal Biometrika Dan Kependudukan*, 3(2), 127–135.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2020). *Manajemen Strategis Buku 2: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Pirlympou, Z. (2017). A critical study: How gender determines consumer preferences. *Journal of Economics and Business*, 2, 29–37.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Priyanto, R. E., Rosa, E. S., & Syarif, R. (2014). Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(1), 69–78.
- Purwadi, P., Ramadhan, P. S., & Safitri, N. (2019). Penerapan Data Mining Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Deli Serdang. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 18(1), 55. <https://doi.org/10.53513/jis.v18i1.104>
- Rahman, D. F. (2022, December). Profil Mixue, Perusahaan Es Krim dan Teh Tiongkok

- yang Aktif Ekspansi. *Katadata.Co.Id*.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137.
- Ruhilavi, D. I., & Wibowo, A. (2017). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware DI Yogyakarta)*. STIE Widya Wiwaha.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2017). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Sarwono, J. (2016). *Prosedur-prosedur analisis populer: aplikasi riset skripsi dan tesis dengan EViews*. Gava Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Sembiring, C. F., Priskila, E. K., & Mangani, K. S. (2017). Analisis Keputusan Pembelian Di Tokopedia Yang Dipengaruhi Celebrity Endorser, Brand Image, Kelompok Referensi Dan Usia. *Fundamental Management Journal*, 1(03), 11–19. <https://doi.org/10.33541/fjm.v1i03.230>
- Shapiro, A., Chaudhury, A., Wang, M., Escobar, M., Tsao, E., Barnowski, C., Feng, J., Jain, N., & Quon, D. V. (2020). Real-world data demonstrate improved bleed control and extended dosing intervals for patients with haemophilia B after switching to recombinant factor IX Fc fusion protein (rFIXFc) for up to 5 years. *Haemophilia : The Official Journal of the World Federation of Hemophilia*, 26(6), 975–983. <https://doi.org/10.1111/hae.14152>
- Siregar, A. Z. (2021). Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Tingkat Pendaftaran Mahasiswa Baru. *Kesatria: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer Dan Manajemen)*, 2(3), 133–137.
- Siregar, E., Juniasti, R., & Tobing, F. (2024). How does Organizational Citizenship Behavior Influence The Service Quality of Bank Employees During The COVID-19 Pandemic? Evidence From in Bekasi, Indonesia. *Golden Ratio of Human Resources Management*, 4(1), 1–16.

- Soedjono, S., Tegowati, T., & Khamimah, W. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23–36.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suryati, A. (2022, May). Sejarah Mixue Sudah Ada Sejak 1997 di Tiongkok. *Tribun Lampung Travel*.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20, 679–686. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9)
- Wibisono, G. R., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 195–201.
- Wijaya, F., Andy, A., Vincent, V., Steven, S., & Harahap, R. A. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron pada PT Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). *Jurnal Darma Agung*, 27(2), 973–986.
- Wikipedia. (2024). *Generasi Z*. Wikipedia.Org.
- Windiana. (2020). *Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Itik di Pasar Tradisional Daya, Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Wiratech Group. (2023). *Keuntungan Franchise Mixue Perbulan, Ternyata Segitu!* Wiratech.Co.Id.