

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Desember 29). *Katadata Media Network*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>
- Cummins, J. (1990). *Promosi Penjualan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Dulyadi. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Universitas STEKOM.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Fitra, K. S. (2023, Januari 2). *Bisnis Tekno*. Retrieved from Ini 5 Startup Minuman Lokal Pesaing Mixue yang Lagi Viral: <https://teknologi.bisnis.com/read/20230102/266/1614102/ini-5-startup-minuman-lokal-pesaing-mixue-yang-lagi-viral/All>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, M. C. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jayadih, T., Rahmana, A. S., Mustaqim, & Maddinsyah, A. (2021, Juni). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum di Lottemart Pasar Rebo Jakarta Timur. *HUMANIS 2021 (Humanities, Management and Science Proceeding) 2021, 1(2)*.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A., Budiati, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue (Studi Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha*, 1-16.

- Khaerani, R. A., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Administrasi Bisnis, IX(III)*.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Esentials*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mixue Bingcheng Co., Ltd. (2023, May 15). Retrieved from <https://mixue.co/outlets/>: <https://mixue.co/>
- Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Promosi Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Toko Gea Geo). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3).
- Nuraisah. (2021). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Sensodyne dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Konsumen Sensodyne di Kabupaten Lampung Barat)*. Bandar Lampung: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.
- Prihatna, R. A. (2019). *Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Keramik Centro di CV. Tanjung Emas)*. Semarang: Universitas Semarang, Fakultas Ekonomi.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., . . . Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 8126-8137. Retrieved from <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonliner dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: PENERBIT ANDI (Anggota IKAPI).
- Soekartawi, D. (1993). *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.

- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press.
- Yusuf, M. (2014). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.

