



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Edisi 12 Buku 1* (12th ed.). Jakarta : Salemba Empat.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.).United Kingdom: Cengage Learning.
- Husein, Umar, 2013. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17th GLOBAL Edition.
- Santosa, A. D., & Santra, I. K. (2021). *Metode Riset Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta : Kepel Press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.).
- Sethna, Z., & Blythe, J. (2019). *Consumer Behaviour* (4th ed.).
- Sihombing, I. K. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar: Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen* (9th ed.).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian & Pengembangan* (5th ed.). Bandung: Alfabeta.
- J. Paul Peter, Jerry C Olson. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Marketing Strategi*. Salemba Empat. Jakarta
- Noor, U. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (1st ed.). Jakarta : PT Grasindo.
- Nurhasanah, S., & Vikaliana, R. (2023). *Statistika Sosial* (1st ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Utami, I. G. B. R., Mahadewi, N. M. E., & Krismawintari, N. P. D. (2023). *Metodologi Penelitian Bidang Manajemen Dan Pariwisata* (Revisi). Yogyakarta: DEEPUBLISH, Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Zulgaef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen* (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.



Jurnal

Maruli Sihombing, T., Johannes, , & Ekasari, N. (2021). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan persepsi merk terhadap minat pembelian mobil merk Wuling di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(3).

Bulele, E. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).

Chesti, I. M., & Nifita, A. T. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap minat beli ulang pelanggan. *Jurnal Digest Marketing*, 3(2)

Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental evidence. *Journal of Business Management and Economic Studies*. 1-41.

Deza, A., & Parikh, D. (2015). *Understanding image virality. Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, 07-12-June, 1818–1826. <https://doi.org/10.1109/CVPR.2015.7298791>

Kaplan, Andreas dan Michael Haenlein. 2011. *Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance*. *Business Horizons*. 253-264.

Oktavia Astasari, M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen. 13(2), 195–203

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management Vol. 10 No. 1*

Qisthina, D. R. (2020). INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT AVAILABILITY ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TO BUY SEMEN TIGA RODA.

Skripsi

Haryono, R. (2022). *Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth pada Niat Beli Ulang Pelanggan di Tokopedia* . Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Ridho, P. M. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN VIRAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung).

Wisdiani, Z. (2018). PENGARUH TENAGA PENJUALAN, KETERSEDIAAN PRODUK, EMOSI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Website

Chao, D. (2022). China's largest drinks franchise opened 7,643 new stores last year - The Low Down - Momentum Works. <https://thelowdown.momentum.asia/chinas-largest-drinks-franchise-opened-7643-new-stores-last-year/>

Litya, N. (2023, February 10). The new variant in Indonesia: "Mixue fever" - The Low Down - Momentum Works. <https://thelowdown.momentum.asia/the-new-variant-in-indonesia-mixue-fever/>

Momentum Works, & Qlub. (2022). *Bubble tea* in Southeast Asia | Momentum Works. <https://momentum.asia/product/bubble-tea-in-southeast-asia/>

Syahputra, E. (2023). Sah! MUI Nyatakan Produk Mixue Halal dan Suci. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230217081226-33-414584/sah-mui-nyatakan-produk-mixue-halal-dan-suci>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IBI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.