



DAFTAR PUSTAKA

- Bennion, M. and Scheule, B. (2004) *Introductory Foods*. 12th Edition, Pearson Education International, Upper Saddle River.
- Drummond, K. E., Brefere. L. M. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's*, Seventh Edition. John Wiley & Sons, Inc
- Firmansyah, M.A. (2018). Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran). Sleman: Penerbit Deepublish.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global Edition)*. Pearson Education Limited.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. KBM Indonesia, (36).
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behavior: A European Outlook* (Second Edition). Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung, 25.
- Wijayanti, R. R., Malau, N. A., Sova, M., Ngii, E., Sugiri, T., Ardhiarisca, O., ... & Saidah, H. (2022). Statistik Deskriptif.
- Ang, F. O., & Andreani, F. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Facebook Terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. Agora, 10(1).
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 3(2): 108-119
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang*.
- Bahasuan, I. M., & Sienatra, K. B. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Surabaya Leather* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Baraja, K., & Kohardinata, C. (2022). *Pengaruh Taste Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Syahi Haleeb Pada Arab Dan Non Arab*. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 7(2), 242-251.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). *Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung*. REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam, 3(1), 25-40.
- Gabriel, R., & Bernarto, I. (2022). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3), 845-856.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). *Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga di Desa Lebaksari Kec. Parakansalak*. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 2(3), 682-686.
- Haryono, J., & Wicaksono, H. (2021). *Dampak Kualitas Layanan dan Harga terhadap Niat Membeli*. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 4(2), 110-114.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). *Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah*. Journal of Applied Business Administration, 3(1), 40-52.



- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. Edunomika, 4(1), 103-113.
- Imantoro, F. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian* (survei terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 180
- Immanuel, D. M., & Mustikarini, C. N. (2018). *Price perception: effect of coupon proneness and sale proneness on consumer impulse buying*.
- Jin, M. (2023). *Financial Analysis and Development Research of Mixue Ice Cream & Tea*. Highlights in Business, Economics and Management, 10, 44-50.
- Maharani, N. D., & Suwitho, S. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm), 10(3).
- Mayasari, I., Sugeng N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan*. Jurnal AT-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen, 5(2): 135- 147.
- Pratiwi, C., Yusnita, R. T., & Lestari, S. P. (2022). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Citra Rasa dan Kemasan: (Survei pada Konsumen Basreng Dua Saudara Snack di Singapura)*. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 1(5), 654-660.
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi Purchase Intention pada pengguna smartphone di Batam*. Jurnal Manajemen Maranatha, 18(1), 41-56.
- Rosmayanti, M. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue*. Journal on Education, 5(3), 8126-8137.
- Santoso, G. A., & Bernarto, I. (2022). *Pengaruh Waktu Tunggu Tang Singkat, Keterjangkauan Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Gigi CDC. JMBI UNSRAT* (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 9(1).
- Shrestha, N. (2021). *Factor analysis as a tool for survey analysis*. American Journal of Applied Mathematics and Statistics, 9(1), 4-11.
- Susilo, G. E., & Setiobudi, A. (2023). *Pengaruh Perceived Price, Kualitas Produk, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Ricebowl BabiBong*. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 8(3), 269-280.
- Utama, A. W., Kuraesin, E., Muniroh, L., & Hanifan, M. Z. (2021). *Pengaruh Taste dan Price Perception Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen*. Manager: Jurnal Ilmu Manajemen, 4(2), 120-129.
- Wijaya, L. V. (2020). *Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Aplikasi Shopee dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Perantara* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya Yang Sudah Pernah Menggunakan Shopee). Jurnal Strategi Pemasaran, 7(1), 16.
- Yamawati, S., & Indiani, N. L. P. (2019). *The Influence of Brand Equity on Consumer Interest in Buying Xiaomi Smartphones*. Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), 1(2), 60-64.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik* (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang).

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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.



- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html> Data di publish: 31/10/2022 Data penulis akses: 11/12/2023
- <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022> Data di publish: 23/02/2023 Data penulis akses: 11/12/2023
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara> Data di publish: 20/08/2022 Data penulis akses: 11/12/2023
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230214072717-4-413528/perjalanan-mixue-viral-hingga-dijuluki-pencari-ruko-kosong> Data di publish: 14/02/2023 Data penulis akses: 11/12/2023
- <https://asia.nikkei.com/Business/Food-Beverage/1-bubble-teas-fuel-Chinese-drink-chain-Mixue-s-rise-to-the-top> Data di publish: 20/10/2022 Data penulis akses: 11/12/2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 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.