

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, & Sukma, R. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli di Kopi Nako Kebon Jati. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 7660–7669.
- Aditiya, L. M. (2023). *Makin Menggurita, Mixue Miliki gerai Terbanyak ke-5 di Dunia*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/makin-menggurita-mixue-miliki-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-5tNRw>
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>
- Ahnaf, M. F., & Lestari, W. D. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Online Di Aplikasi Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 80–95. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.970>
- Ainurzana, A. A., & Jemadi, J. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Penggunaan Brand Ambassador K-Pop Idol Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 351–366. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.9939>
- Ajzen, & Fishbein. (1980). Theory of Reasoned Action (TRA) (1980). *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*, 188–204. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.ch012>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Ananto, R., Sapta Putra, S., Digidowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). the Influence of Product Quality, Price, and After-Sales Service of Hori Brand Lamps on Purchasing Decisions Pt. Fokus Dayautama in East Jakarta Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian Pt. Fok. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2597–5234), 2720–2729.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Anugrah, L. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DIMEDIASI BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN MERK THE ORIGINOTE DI SURABAYA) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13, 1–18.
- Ardini, S. F., Lubis, N. W., Sherlinda, A., & Tofano, D. F. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Nurza Brownies. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(1), 1151–1160. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.244>
- Ariawan, A., Hiola, R., & Ebiyanti, N. K. (2024). Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Second Di Thrifty Culture Gorontalo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 243–261. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i1.1103>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta

- Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Data Industri, R. (2024). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011-2024*. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Deny, S. (2024). *Industri Franchise Tumbuh hingga 15% per Tahun, Sektor Makanan Minuman Mendominasi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5694503/industri-franchise-tumbuh-hingga-15-per-tahun-sektor-makanan-minuman-mendominasi>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinelo, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fatmawati, D. A., & Prabowo, B. (2024). Impak Brand Image, Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Kopi GoodDay. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 7(2), 277–288.
- Firanda, C., Rahma, J. A., Sinulingga, A. B., Ginting, R. E., Manurung, R. A., Simaputung, B. J., & Rahmadsyah, A. (2024). TERHADAP TINGKAT MINAT PELANGGAN MIE GACOAN DI MEDAN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE AND FOOD QUALITY ON THE LEVEL OF INTEREST OF MIE GACOAN CUSTOMERS IN MEDAN. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1, 3260–3268.
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Q. Media (Ed.), *CV. Penerbit Qiara Media* (Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2. https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5
- Ginting, P., Nasution, N. A., Sari, D. N., & Sebayang, R. H. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, SLOGAN PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMBELI PRODUK GAS PADA PT. TASYA GASINDO MEDAN. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 45–52.
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, 3(4), 384–389.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Gunawan, A. A. L., & Winarti, A. (2022). Pengaruh Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 352–356.
- Gusman, M. P., & Feby, K. (2023). Pengaruh Popularitas Nct Dream, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sehat Lemonilo. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 5(01), 1–11. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v5i01.171>
- Hernanda, M. A., & Waris, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan

- Terhadap Minat Beli Produk Body Serum Scarlett Whitening. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 51–60.
- Indonesia, G. (2021). *10 Cara Menarik Pelanggan Kembali ke Toko Anda*. Februari. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/cara-menarik-pelanggan/>
- Indonesia, M. (2024). *Mixue Indonesia*. Mixue Indonesia. <http://www.mixue.co.id>
- Kartikawati, D., Putri, S. J., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Brand Lokal Somethinc. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1987–1993. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.294>
- Khaerunnisa, G., Mulyana, R., & Abdurrahman, L. (2023). Pengujian Pengaruh Tata Kelola Ti Terhadap Transformasi Digital Dan Kinerja Asuransi a Menggunakan Structural Equation Modeling. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(2), 381–392. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i2.3469>
- Kurniawan, M. Z. (2023). Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), 151–162. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i1.3636>
- Kusumawati, D., Fuadi, F., & Saifudin. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 13(1), 22–37. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1358>
- Leonandri, D. G., & Erpurini, W. (2024). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Demochist Clothing. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 645–649. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2368>
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Marpaung, R. I., Sinaga, A. A. P., & Sinurat, E. J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Pin Development Medan 2021. *Ilmu Manajemen Methonomix*, 7(1), 18–28.
- Menteri Perdagangan RI. (2019). *Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 71 Tahun 2019*.
- Ngatno. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS* (T. Farishma (ed.); 1st ed., Vol. 1). CV. Farisma Indonesi.
- Novita, M. M., Astuti, I. Y., & Mahaputra, A. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5(8).
- Nuraini, N. D. A., & Kusdiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 4(1), 182–195. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1567>
- Nursaidah, A. S., & Gufron, M. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Suasana Cafe (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli (Studi Kasus Coffe Shop Acc Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(2), 162–171.
- Oktafani, F., & Nidar, S. R. (2024). Kontribusi Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2146–2160. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4273>
- Pesik, P. L. S., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Acong di Kawangkoan. *Productivity*, 5(2), 894–898. <https://doi.org/10.35797/ejp.v5i2.54789>
- Prada, B. M. P. A., & Kurniawan, I. (2024). Pengaruh Emosi Positif Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Coffee Shop Pandemi Jombang). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 541–553. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.32739>

- Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86–98. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>
- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 714–724.
- Priatama, A. J. H., Arifianti, R., & Dai, R. R. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bakara Cafe & Kitchen Depok. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1270–1284. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1162>
- Priyana, Y., Wibowo, S. E., Soesanto, D. R., & Maulina, E. (2024). Pengaruh Diversifikasi Produk, Promosi Penjualan, dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada Industri Makanan dan Minuman di Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(02), 139–150. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i02.1150>
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.752>
- Purba, P. Y., Ninta, K., Ricky, G., & Rico, G. (2021). Pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 785–798. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.13077>
- Putri, A. A. (2023). 10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>
- Putri, A. D. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Rahma, A. N., Firdaus, V., & Sari, D. K. (2024). the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Raziq, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pemilihan Harga, dan Publisitas Digital Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee di Bekasi. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(2), 1–10.
- Romandoni, T., Halim, H., & Sulaiman, E. (2024). Pengaruh Digital Maketing dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada TWN Second Store Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen*, 3(4), 328–339. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i3.54>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Setiawan, D., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Promosi Online, Kelompok Referensi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Game. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5755–5767. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Setiawan, M. U. A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, standar grooming dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek pada miniresto dyno chicken.
- Setyaningrum, D. A., Purwanto, E., & Triatmono, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Daya

- Tarik Produk , Dan Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Pinrio Merchandise). *YUME : Journal of Management*, 7(3), 1033–1054.
- Sihombing, I., Pangaribuan, J., Tarigan, M. I., & Sitanggang, A. (2024). Pengaruh Tarif Pajak dan Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Penghasilan (Studi Kasus pada UMKM Kabupaten Tapanuli Utara). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 2829–1913.
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(2), 666–680. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.189>
- Suhardi, Y., Pratama, B., Darmawan, A., Akhmadi, A., & Florianna. (2024). Pengaruh Word of Mouth , Lokasi , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Enak Rawamangun. *Analysis: Accounting, Management, Economic, and Business*, 2(3), 265–276. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i3.1204>
- Suriana, Rahmawati, & Ekawati, D. (2022). Partial Least Square-Structural Equation Modeling pada Tingkat Kepuasan dan Persepsi Mahasiswa terhadap Perkuliahan Online. *Saintifik: Jurnal Matematika, Sains Dan Pembelajarannya*, 8(1), 10–19. <https://doi.org/10.31605/saintifik.v8i1.362>
- Syah, M. D., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 273–285. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Syama, N. I., Kamadi, & Fandiyanto, R. (2024). Peran Life Style dalam Memoderasi Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Roti Bakar Bandung Bondowoso di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur*, 3(10), 1970–1982.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Turjaman, R. M., & Budi, I. (2022). Analisis Sentimen Berbasis Aspek Marketing Mix Terhadap Ulasan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus: Aplikasi Linkaja Pada Twitter). *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 266. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i2.1672>
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J., Boari, Y., Ferdinan, Puspitaningrum, J., Ifadah, E., & Rahman. (2024). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. In Sepriano & Efitra (Eds.), *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan* (Issue January). PT. Sonpedia Publishing Inonesia. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>
- Zachra, R. A., Suhud, U., & Fawaiq, M. (2024). Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Produk Sneakers di Shopee Live Video Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 311–334. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2068>
- Zed, E. Z., Sellina, S., & Karyono. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. *YUME : Journal of Management*, 7(2), 735–754.