

DAFTAR RUJUKAN

- Al Awaludin, Q. R., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Mixue* Cabang Karawang. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1239-1246.
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, V (2), 144-161.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Basu Swastha. 2010. *Analisa dan perilaku konsumen*. BPFE.Yogyakarta
- Beyhaki, Arifin, Z., & Yulianto, E. (2017, Oktober). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari – Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31 No. 2, 93-99.
- Damayanti, A., & Malau, R. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mixue Ice Cream And Tea*:(Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru). *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 290-302.
- Denni, Huliman, dkk (2024). "Pengaruh *Word Of Mouth*, Media Sosial, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Mixue* Di Kota Medan". *Journal Of Social Science Research*, Volume 4 Nomor 5 (hlm.1742-1761).
- Djasmin Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Dwik, R. 2019. Pengaruh Label Halal dan Harga terhaap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Hokben (Hokahoka Bento). *JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis)*, E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407-3741 Vol.5
- Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., Regindratama Program Studi Manajemen, A., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, U. DI. (2023). Pembelian Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri. 2, 2549–2284
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan. Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). *Economic, Business and Engineering*, 314-320.
- Fuadah, L. S., & Sari, D. E. (2024). *The Impact of Product Quality and Mixue Packaging on Purchase Decisions Among Adolescents In Kartasura*

Subdistrict. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 7(1), 1873-1886.

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Handito, G. H. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa *Ekspedisi LSJ Express*. *Administrasi Bisnis*, 1-16.

Hartinah, A. S., Alim, S., & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian *Mixue Ice Cream & Tea*. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 242-249.

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.

Indrasari, M. (2019). *Marketing and customer satisfaction: marketing and customer satisfaction*. unitomo press.

Jumarodin, J., Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu Di Umy. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 102–119.

Kotler dan G. Armstrong 2018. *Principle of Marketing*. Edisi 17. *Pearson Education. England*.

Kotler Keller. (2022). *Intisari Manajemen Pemasaran Kotler Keller* (Kotler Keller, Ed.; 1st ed.).

Kotler& Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). *Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).

Kotler, Philip & Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing. 12th Edition*. Jilid I terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc. Hal 164*.

- Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. Dasar- Dasar Pemasaran. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2013, Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Kurnianingtyas, W. (2023). *Assessing the Influence of Brand Awareness, Product Variety, and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at Sanrio Supermarket. International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(3), 20-25.
- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen "Gema Ekonomi,"* 9(1), 85–97.
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Machfoeds. (2005). Pendidikan Kesehatan Bagian Dari Promosi Kesehatan. Fitramaya: Jakarta.
- Maryam, S. (2018). *The influence of the type of clothing products and pricing on consumer product demand at Yulia's store in Palangka Raya, Central Kalimantan. Thesis Faculty of Economics and Islamic Business Islamic Economics, State Islamic Institute of Palangka Raya.*
- Miftahudin, D., Sugiono, S., Rinnanik, R., Desastra, Y. Z., & Buchori, B. (2024). *The Effect of Price, Variation Product and Service Quality on Buying Decision at Market Place Shopee. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 8(1).
- Permana, G. A., & Afandi, Y. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Grosir Oleh Konsumen Di Melyn Atk Sukses Trenggalek. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 233-236.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). *Factors That Influence Repeat Purchases: Promotion, Price and Product (Literature Review of Consumer Behavior). Journal of Applied Management Science*, 3(5), 473-474.
- Prakoso, R. N., 2015, Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*), Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario (Studi Pada Dealer Satrya Delta Pasuruan), *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, E – ISSN: 2407– 5523 ISSN :2407-3741 Vol.5
- Pramana, K. M. P. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Mixue* di Kecamatan Buleleng (*Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha*).

- Puji, S. F., Haidar, K., & Abu, I. (2024). *The Effect of Price and Product Quality on Purchase Decisions Among Economic Education Students. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 517-529.
- Stanton, William, J. 1996 Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Jilid 1. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Suryati, A. (2022, May 21). Sejarah *Mixue* Sudah Ada Sejak 1997 di Tiongkok. *Tribun Lampung Travel*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. ANDI. Yogyakarta.
- Ula, N., Ashilah, K., & Choiriyah, F. U. (2023). Pengaruh Brand Image, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Mixue* (Studi Kasus Konsumen *Mixue* Jl. Jawa Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(11), 2657-2671.
- Umamsyah, A. Y., & Hutami, R. F (2020). Pengaruh Variasi Produk, Harga. Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Coffee Shop* Warung Ngombe Di Yogyakarta). *e-Proceeding of Management*, 5621-5629.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). *Influence of product quality, Brand Ambassador and price perception on Nature Republic purchasing decision. Scientific Journal Of Accounting And Finance*, 4(6), 2279-2291.
- Wati, R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pasta Gigi *Pepsodent* di Kebumen) (*Doctoral dissertation*, Universitas Putra Bangsa).
- Yusuf, A. (2021). *The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City. Budapest International Research and Critics Institute- Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472-481.
- Zahroh, L. A., & Chasanah, U. (2023). *The Effect of Brand Image, Product Variants and Price Perceptions on Purchasing Decisions for Cosmetic Products. International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 4(2), 22-27.
- Zamani, dkk. (2024) Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Barang Preloved Di Pasar *Thrift*, *Stadion Diponegoro*, Kota Semarang. *JURNAL MANEKSI VOL 13, NO. 4*