

DAFTAR PUSTAKA

- Bahagia, M. Q., Sukamto, A., Diliana, F. B., Ningrum, J., & Safrida, I. N. (2020). Profil Industri Mikro dan Kecil 2020. *Profil Industri Mikro Dan Kecil*, 1–276.
- BPS. (2020). *Banyaknya Industri Mikro Kecil (IMK) di DKI Jakarta Tahun 2020*.
- Bubble Tea: The Business behind Southeast Asia's Favourite Drink*. (2022).
- Budy Kusnandar, V. (2022, March 31). Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19. 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional->
- Chao, J. (2022). *China's largest drinks franchise opened 7,643 new stores last year*. <https://thelowdown.momentum.asia/chinas-largest-drinks-franchise-opened-7643-new-stores-last->
- Dienillah, I., Shadiq, D. C., & Isnaini, D. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Tamu Hotel Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Abu Zairi Bondowoso.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 2597–4084. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>
- Eva Maria Sianturi, C., & Dwi Mulyaningsih, H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada KFC Cabang Buah Batu, Bandung). *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2916–2921.
- Febriyanti, D., & Rijal Arma, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Bakso Bakar pada Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Lasoani. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(3), 420–427.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545

- Hair, Joseph. F., Black, William. C., Babin, B. J., & Anderson Rolph E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Husnah, A. (2023). *Pengaruh Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue Ice Cream & Tea (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah.
- Irawan, D., Sunarto, A., Prilia, A., & Jokom, R. (2015). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya*. 475–488.
- Jannah, M. (2018). *Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk Nozy Juice di Kota Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiayati, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Mixue. In A. Tjahjono (Ed.), *Green Economy Strategi Menghadapi Krisis Global 2023* (pp. 1–16). STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA.
- Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. (2022, July 5). <https://www.kemenperin.go.id>.
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long live the marketing mix. Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context. *Journal of Social Marketing*, 10(3), 357–375. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2018-0122>
- Li, B. (2022). Analyzing the Phenomenon of the Increase of Brand Awareness of Mixue Ice Cream & Tea in Chinese Market through Para-social Interactivity Theory. *BCP Business & Management*, 33, 421–426.
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas

- Sam Ratulangi Manado, J. (2021). Analisis Faktor-faktor Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *EMBA*, 9(2), 110–121.
- Mustajab, R. (2023, February 23). Kinerja Industri Makanan dan Minuman Naik 4,90% pada 2022. *DataIndonesia.Id*.
<https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>
- Oswaldo, I. G. (2023, January 10). *Kenapa Harga Es Krim Mixue Bisa Murah? Ini Jawabannya*. DetikFinance.
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6508600/kenapa-harga-es-krim-mixue->
- Padaga, M., & Sawitri, M. E. (2005). *Membuat Es Krim yang Sehat*. Trubus Agrisarana.
- Rahmawati, Y. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Toko Cahaya Murah Kecamatan Jenangan)*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Rakhmat, M. Z., & Purnama, Y. (2023). *Mixue on the march: ice cream serves soft power for China in Southeast Asia*.
<https://www.thejakartapost.com/opinion/2023/07/18/mixue-on-the-march-ice-cream-serves-soft->
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
www.wileypluslearningspace.com
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47-52>
- Sudah Ajukan IPO ke SZSE, Mixue Incar Dana Rp14,3 Triliun! (2022, December 27). *Finfolk.Co*. <https://finfolk.co/article/stock/sudah-ajukan-ipo-ke-szse-mixue-incar-dana-rp143-triliun>
- Suhardi, Y., Burda, A., Darmawan, A., Oktavia, L., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, S., Management, I., Suhardi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Y., & Manajemen Strategi, J. (2021).

Pengaruh Bauran Pemasaran Sayuran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 583–594.
<https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.381>

Sun, W., & Jiang, Y. (2022). The Development Status of Netflix Restaurants Before and After the COVID-19 — Taking “MIXUE ice cream and tea” as an example. *Academic Journal of Business & Management*, 4(3), 95–98. <https://doi.org/10.25236/ajbm.2022.040317>

Suryaningsih, E. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran 4P terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek “Cheers” pada CV. Darma Putra Wijaya di Samarinda*. Universitas Mulawarman.

Tampi, B. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1808–1818.

Tiofani, K. (2022, December 29). *Sejarah Mixue, Toko Es Krim yang Menjamur di Indonesia*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/food/read/2022/12/29/121000775/sejarah-mixue-toko-es-krim-yang->

Wangge, R. K., & Noni, S. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Sayuran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 10(1), 53–59.

Widyaningrum, N. A. (2017). Dampak Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Crispy Rice Crackers. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 634–641.

Yucha, N., & Safitri, S. N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran, Suasana Kafe dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian di Intano Coffee Shop and Roastery Krian. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3(1), 180–186.

Harmul050596