DAFTAR PUSTAKA

Abdul Umar. (2026). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Minuman Kekinian.

Agus Kurniawan, & Fairus. (n.d.). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengetahui Faktor yang Mempengaruhi Kejadian Stunting di Kota Langsa. Retrieved www.journal.uniga.ac.id

Aini Saqofa Nabilah. (2024). Peran Minat Beli dalam Memediasi Hubungan Flash Sale dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee. *ISTIKHLAF:* Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah, *6*(2), 55–72. https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v6i2.657

Akbar Ramadhan. (2026, April 23). Mixue Tutup 428 Gerai, Banyak di Indonesia dan Vietnam, Ada Apa? Periskop. https://periskop.id/ekonomi/20260423/mixue-tutup-428-gerai-banyak-di-indonesia-dan-vietnam-ada-apa diakses pada 24 Mei 2026

Aldinda Fanya Kanza Utama, & Sugeng Purwanto. (2026). Influencer Marketing, Discount Voucher, dan Social Media Proof pada Impulse Buying Kebab Turki Baba Rafi di TikTok Go. https://doi.org/10.38076/vzmv4v17

Alfisa Martianto, I., Setyo Iriani, S., Dwijanto Witjaksono, A., & Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, F. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *7*(3), 2023. https://compas.co.id/

Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Vol. 2, Number 2).

Ananda Resta Abadi Putri, Khabib Alia Akhmad, & Rayhan Gunaningrat. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj :* Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, *6*(1), 759–771. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878

Ananda Resta Abadi Putri, Khabib Alia Akhmad, & Rayhan Gunaningrat. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj :* Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, *6*(1), 759–771. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878

Andrie Charviandi, Henny, N., Yesi, S,. Aden, W,. Muhamad, A. F. A. (2023). Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing) Penerbit CV. Eureka Media Aksara.

Aulia Jihan Kamalia, Farrah Dwi Ramadhani, Nasywaa Khairunnisaa, Salwa Ramadhanti, & Derizka Inva Jaswita. (2025). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Voucher TikTok Dan Kualitas Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Pada "Cafe Bagi Kopi" Pamulang Tangerang Selatan.

Azhara, S., Fatkhul Hidayat, M., Paradiba, N. P., Anggraini, D. A., Syarifa, H., Adelia, A., Arya, B., Soeharto, Z., Oktiani, M., Nafsya, T., & Permata, P. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue pada Mahasiswa Universitas Djuanda. In Karimah Tauhid (Vol. 2, Number 1).

Cecep Supriadi. (2025, December 15). Mixue Masih Laku Tapi Tak Lagi Heboh, Apa Yang Berubah? Marketing.Co.Id. https://marketing.co.id/mixue-masih-laku-tapi-tak-lagi-heboh-apa-yang-berubah/

Chellya Niken Hayyu Naafiani. (2011). Studi Tentang Antecedent Brand dan Brand Equity: X (Number 3).

Darmas, D., & Suhardi, S. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue di Kota Batam. *ECo-Buss*, *8*(3), 2411–2425. https://doi.org/10.32877/eb.v8i3.3591

Dea Dela Piyoh, Agus Rahayu, & Puspo Dewi Dirgantari. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Vol. 08, Number 01).

Desy Bariyyatul Qibtiyah, & Anisa Fitriani. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di Kabupaten Purwakarta (Vol. 1, Number 1). https://ejournal.unjaya.ac.id/index.php/ijess

Dewi Amalia Probosini, Nurdin Hidayat, & Muhammad Yusuf. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Vol. 2, Number 2).

Dimas Kurniawan, & Tukidi. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Air Tawar pada Toko Rahmat Akuarium, Pondok Aren Tangerang Selatan. In Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia (Vol. 4).

Dinda Try Shafira, Pinagaran Nasution, H., Haro, J., Bisnis, M., Niaga, A., & Negeri Medan dindashafira, P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan).

Edhie Rachmad, Y., Setiawan, Z., Purwoko, M., Liza Nora, M., Ir Ahmad Syamil, M., Risdwiyanto, A., Musran Munizu, Ce., & Peri Manaf, C. A. (2022). Manajemen Pemasaran. www.buku.sonpedia.com

Falah Khairunnisa, & Yugi Setyarko. (2025). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Wawasan :* Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, *3*(2), 26–37. https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i2.3057

Fauzan, M. I., Saputro, E. P., & Kunci, K. (2026). Pengaruh Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Brand Image Pada Produk Minuman Mixue.

Feby Dhika, E. Z., Mendrofa, Y., & Elhan Gea, N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Mawar Bakery Di Kota Gunungsitoli.

Ferdi Fathurohman, L. S. S. (2022). Pemasaran Dan Perilaku Konsumen.

Ferdinand, F., Saputra, M. H., Tan, F., Favian, L., & Tio, M. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mixue di The Hok. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan *(*Jumanage*)*, 3(1), 323–335. https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1589

Gede Alit Widiana & Luh Wayan Sayang Telagawathi (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Leputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue di Kintamani. *7*, 2024.

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hara Dea, S. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Konter K-Onesmartphone Air Haji Kabupaten Pesisir Selatan.

Hezron Boimau, & Juita L. D. Bessie. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transpotasi Online Grabbike.

Iip M Aditiya (2025). Gerai Mixue di Pulau Jawa Terbanyak di Kota Bandung. GoodStats https://goodstats.id/infographic/gerai-mixue-di-pulau-jawa-terbanyak-di-kota-bandung-Z9CLh diakses pada 3 Juli 2026

Indra Ari Irvan, Muhammad Win Afgani, & Muhammad Isnaini. (2023). Filosofi Penelitian Kuantitatif dalam Manajemen Pendidikan Islam.

Irfan Rizqi Pangestu, & Retno Susanti. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream dan Tea Nusukan Surakarta. Jurnal Manajemen Riset Inovasi, *2*(4), 180–191. https://doi.org/10.55606/mri.v2i4.3188

Jannah Shela Rahayu & Sri Aliami. (2024). Kepuasan Konsumen Pada Gerai Mixue Dipengaruhi Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek.

Kanthi Malikhah (2026). Mixue Tutup 428 Gerai, Rugi? CNBC Indonesia https://www.cnbcindonesia.com/research/20260422153138-128-728961/mixue-tutup-428-gerai-rugi diakses pada 5 Mei 2026.

Kanthi Malikhah. (2026, April 22). Mixue Tutup 428 Gerai, Rugi?. CNBC Indonesian.

Kejsi Sulaj, Epoka University, Waldemar Pfoertsch, & University of Limassol. (2024). Introducing 5E Marketing-Mix: A New Framework For Effective Marketing In The Digital Age. In *Academy of Strategic Management Journal* (Vol. 23, Number 2).

Kotler, & Keller. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education Ltd.

Kristian, A., Widarta Wijaya, J., Virgus Yudistira, S., Heaven, P., & Bisnis dan Akuntansi, F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk H&M. 2, 98–106. https://doi.org/10.5281/zenodo.14538337

Laila, R. (2024). Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sandal dan Sepatu di Kepuh Kiriman Waru. Journal Creativity, 1(1), 63–71. https://doi.org/10.62288/creativity.v1i1.7

Malelak, W. E., Kurniawati, M., Salean, D. Y., Fanggidae, A. H. J., & Manajemen, P. (2025). *The Influence of Prince, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions for Ice Cream Mixue in Kupang City Koresponden : a)*.

Mariana, P., Ruslan, M., & Setiawan, L. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Band Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk Mizzu. Indonesian *Journal of Business and Management*, 6(2), 351–359. https://doi.org/10.35965/jbm.v6i2.4439

Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji.

Masduki Asbari. (2026). Pengaruh Strategi Pemasaran Industri Makanan dan Minuman di Indonesia: Systematic Literature Review.

Mellani Indriyani, Adnan Kasofi, Osly Usman, & Ryna Parlyna. (2026). Analysis of the Influence of TikTok and Qpon Digital Voucher Marketing Strategies on Consumer Purchase Decisions in Indonesia. *Journal of Strategic Marketing and Innovation*, *2*(1). https://doi.org/10.64243/JOSMI.02.1.15

Mega Sri Wahyuningrum, Ika Febrilia, & Nadya Fadillah Fidhyallah. (2023). Pengaruh Online Consumer Reviews dan Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian.

Mellani Indriyani, Adnan Kasofi, Osly Usman, & Ryna Parlyna. (2026). *Analysis of the Influence of TikTok and Qpon Digital Voucher Marketing Strategies on Consumer Purchase Decisions in Indonesia. Journal of Strategic Marketing and Innovation*, *2*(1). https://doi.org/10.64243/JOSMI.02.1.15

Moh Aep Nurjamad, & Resti Ayu Pebrianti. (2025). *The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decision of Mixue Ice Cream & Tea Products in Bandung City on Shopeefood*.

Muhammad Michelle Rizki Byhaqi, Subur Karyatun, & Kumba Digdowiseiso. (2023). *The Influence of Brand Image, Price, and Promotion on The Purchase Decision of White Koffie Civet Coffe in The South Jakarta Area*. In *Syntax Admiration* (Vol. 4, Number 5).

Munadiyya Sidqin Aliyya, A. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Uniqlo di Jabodetabek). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *8*(2), 1365. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1801

Novia Adi Ningtias. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi E-Commerce.

Nurfadhilah, B. T. L. R. (2021). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen.

Nurkarlena. (2025, June 27). Apakah Mixue akan Kembali Menjadi Ruko Kosong? Kompasina. https://www.kompasiana.com/nurkarlena4428/685df0b0ed64156fff4a4ab2/apakah-mixue-akan-kembali-menjadi-ruko-kosong diakses pada 5 Mei 2026.

Nurul Huda, A. H. Z., & Parman Komarudin. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen.

Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan, 12(1), 299–310. https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111

Putri Rizky Handayani. (2025, November 6). Mixue Kini Semakin Menghilang, Bukti Franchise Tidak Akan Bertahan Lama? LPM Dinamika. https://lpmdinamika.co/serba-serbi/mixue-kini-semakin-menghilang-bukti-franchise-tidak-akan-bertahan-lama/ diakses pada 5 Mei 2026.

Putri, M., Ruslan, M., & Setiawan, L. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Brand Awareness terhadap kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk Mizzu. *Indonesian Journal of Business and Management*, *6*(2), 351–359. https://doi.org/10.35965/jbm.v6i2.4439

Rahma, K. Y. & Era, A. Y. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-commerce Tik Tok Shop

Rini Martiwi, A. R. N., Suardhita, N., Asih, E. M., Rangga, A., & Nalendra, A. (2025). Journal of Innovative and Creativity Jatuhnya Bisnis Tiongkok Di Indonesia: Determinasi Keputusan Pembelian Mixue. In *30679| Journal of Innovative and Creativity* (Vol. 5, Number 3).

Rizki Firdaus, & Hariyadi Triwahyu Putra. (2025). *The Effect of Price, Promotion, and Brand Image on Mixue Repurchase Interest in* Garut *Regency*. *International Journal of Economics and Management Research*, *4*(3), 533–543. https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i3.583

Rudy Irwansyah, K. L. A. S. (2021). Perilaku Konsumen.

Salomo, R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever.

Satria Esa, I. A. N. K. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Voucher Promo, dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Suhesti, N., & Sri, P. L. (2021). *The influence of brand image, price and promotion on purchase decision (Case study on Gea Geo Store)*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 5(3), 1205–1216.

Sumarni, Ondeng, S., & Rahman, U. (2025). Ragam Variabel dan definisi Operasional Penelitian Pendidikan: Implikasi Metodologis Pendidikan Islam dan Pendidikan Matematika. Jurnal Pendidikan, Penciptaan Seni Dan Budaya, *1*(2), 80–88.

Windy Dian Sari. (2024). Landasan Teori, Kerangka Berfikir, dan Pengajuan Hipotesis Daalam Penelitian Kuantitatif.

Wiranata, R., Komang, L., Dewi, C., & Triatma Mulya, U. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartohone di Kota Tabanan Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Journal Research of Management (JARMA* (Vol. 4, Number 1).