

DAFTAR PUSTAKA

- Affifah Rahmah (2023, Januari 8). *Ini 8 Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia, Ada Mixue?.* Retrieved From [Ekonomi.bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com)
[Https://ekonomi.bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com)
- Amelfdi, F. J. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6.
- Anang, D. M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv.Penerbit Qiara Media.
- Angelia, D. (2022, September 1). *Indonesia Negara Paling Doyan Boba Di Asia Tenggara 2022.* Retrieved From [Goodstats.Id:](https://goodstats.id)
[Https://Goodstats.Id/Article/Indonesia](https://goodstats.id/Article/Indonesia)
- Dr. Karimuddin Abdullah, E. A. (2022). *Metodologi Penelitian*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Fitriani, M. (2023). Dampak Brand Image, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Summarecon Bekasi. *Jurnal Economia*, 9.
- Helmi Yendra Putri, A. P. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Insights, M. (2023, Jan 29). *Mixue : Kok Bisa Viral Banget?* Retrieved From [Medium.Com:](https://medium.com/@Mtiinsights/Mixue-Kok-Bisa-Viral-Banget-) [Https://Medium.Com/@Mtiinsights/Mixue-Kok-Bisa-Viral-Banget-](https://medium.com/@Mtiinsights/Mixue-Kok-Bisa-Viral-Banget-)
- Istanto, Y. (2020). *Pemasaran Melalui Medias Sosial Pada Usaha Kecil*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- M. Deepa, D. V. (2021). Impact Of Social Media On Consumer Purchasing Decision Making. *Pacific Business Review International*, 13.
- Mileva, L. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. 42.
- Mustajab, R. (2023, Jan 2). *Data Restoran Cepat Saji Dengan Gerai Terbanyak 2021, Ada Mixue.* Retrieved From [Dataindonesia.Id:](https://dataindonesia.id)
[Https://Dataindonesia.Id/Industri-Perdagangan/Detail/Data-Restoran-Cepat-Saji-Dengan-Gerai-Terbanyak-2021](https://dataindonesia.id/Industri-Perdagangan/Detail/Data-Restoran-Cepat-Saji-Dengan-Gerai-Terbanyak-2021)

- Ningsih Purwaningsih, F. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Marga. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 10-11.
- Philip Kotler, K. L. (2010). Marketing, Management, Thirteenth Edition. In W. H. Adi Maulana, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Bandung: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Erlangga.
- Pratamasari, V. F. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 422-432.
- Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Prof.H.Imam Ghozali, M. P. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Purwati, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 32-46.
- Reyvaldi, D. H. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 372 Kopi. *Prosiding Manajemen*, 1.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal On Education*, 2655-1365.
- Siti Maisaroh, T. W. (2022). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 16-29.
- Suardhita, N. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Aktiva – Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1.
- Sudirman, A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Cv.Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta Bandung.
- Yacub, R. (2022). Effect Of Brand Image And Promotion On Purchase Decision. *Journal Of Positive School Psychology* , 10.

Za, S. Z. (2021). Storytelling Marketing, Content Marketing, And Social Media Marketing On The Purchasing Decision. *Budapest International Reseacrch And Criitis Institute -Journal (Birci-Journall)*, 3836-3842.