

DAFTAR PUSTAKA

Agusigit. 2023. “Jumlah Outlet Mixue di Yogyakarta”

<https://www.krjogja.com/amp/berita-lokal/read/494597/berapa-sih-jumlah-outlet-mixue-di-jogja-ini-jawabannya#>

Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produk skincare di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 287.

Ahmady, A. C., & Wardhani, N. I. (2022). Citra Merek, Inovasi Produk Pada minat beli ulang es Krim di Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 1118–1125. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1382>

Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 1858-1358.

Asy'ari, A. H., & Karsudjono, A. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 1-13.

Azmii, F. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Ekspektasi Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Kembali dengan Kepuasan Pelanggan

sebagai variabel mediasi Pada Aplikasi Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Bolton, J. R., & Linden, K. G. (2003). Standardization of Methods for Fluence (UV Dose) Determination in Bench-Scale UV Experiments. *Journal of Environmental Engineering*, 129(3), 209–215. [https://doi.org/10.1061/\(alsce\)0733-9372\(2003\)129:3\(209\)](https://doi.org/10.1061/(alsce)0733-9372(2003)129:3(209))

Bolton, L., Warlop, L., & Alba, J. W. (2003). Consumer Perception of Price (Un)Fairness. *Journal of Consumer Research*, 474-491.

BOUGIE, R., & SEKARAN, U. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building* (7th ed.). Wiley.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas produk, INOVASI Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk hi Jack Sandals bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Fillayata , V. E., & Mukaram, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (*Studi Pada Road Café Steak & Pasta Bandung*).
- Fontana, Avanti. (2011). *Berinovasi Kita Bisa!* Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsha, N. M., & Siregar, M. R. (2020). Pengaruh Food Quality, Service Quality dan Price Fairness terhadap Repatronage Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Kantin Makanan Jepang Hana di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 530-549.
- Hati, S. W., & Juliati, A. (2019). Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (Jne). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 240-249.
- Hubeis, Musa. 2012. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. Jakarta
- Irawan, Handi, 2008. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama. Jakarta : Pradnya Paramitha, h. 45. Kelompok Gramedia.

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.

Komalasari, Tia Dwitiani. 2022. “Tiga Kontroversi Mixue, Ekspansi Masif hingga Belum Sertifikat Halal”

<https://katadata.co.id/amp/tiakomalasari/berita/63ad39a6827a3/tiga-kontroversi-mixue-ekspansi-masif-hingga-belum-sertifikasi-halal>

Kompasiana. 2023. “Mixue Hype Banget di Indonesia, Ini 4 Alasannya”

<https://www.kompasiana.com/masriah81499/645b4fb808a8b529a1232e92/mixue-hype-banget-di-indonesia-ini-4-alasannya>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Prinsip Pemasaran. New Jersey: Prentice Aula.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta; Erlangga

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap niat pembelian ulang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8).

- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 82-91.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 97-104.
- Manuhutu, elsa H. M., Alimudin, A., Wulandari, A., & Damayanti, E. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo di Universitas Narotama, Ubaya dan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Narotama). *The Effect of Product Innovation on Repurchase Intentions Mediated by Consumer Satisfaction of Oppo Smartphone Users*.
- Marisa, O., & Rowena, J. (2020). Pengaruh Price Fairness terhadap Repurchase Intention High End Make Up dan Skin Care pada Generasi Milenial Di Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 67-77.
- Masarianti, I. G. A. A. A., & Darwini, S. (2019). Pengaruh Trust Dan Easy of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 20-32.

Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi produk Dan Pengaruhnya terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Pada restoran ichi bento Cabang Kota banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>

Mixue Punya Gerai terbanyak ke-5 di Dunia, Burger King Kalah: Databoks. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (n.d.). Retrieved April 13, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>

Nugraha, R., & Wiguna, L. D. (2021). The influence of product quality, perceived value, price fairness, ewom, and satisfaction towards repurchase intention at xing fu tang. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 7(1), 89-98.

Nur Qudus, M. R., & Amelia, N. S. (2022). *The Influence of Product Quality, Service Quality, and Prices on Consumer Repurchase Intention at Ayam Bang Dava Restaurant Gegerkalong, Bandung*.

Pantjawati, J. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

Parhusip, A. A., & Lubis, N. I. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman pembelian TERHADAP Minat Beli secara online

- (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia). *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 5(2), 77–88. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v5i2.748>
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92-100.
- Prasetyo Tedjakusuma, A., Delananda, A., & Andajani, E. (2020). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Industri Ritel di Indonesia. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 21-29.
- Putra, M. Y. S. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breadtalk Lombok Epicentrum Mall. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(1), 55-68
- Putra P, I. B., & Kusumadewi, N. M. (2019). Pengaruh Inovasi produk Terhadap Niat pembelian ulang dimediasi Oleh Kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Putri, M., & Mayasari, M. (2022). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Niat Membeli Kembali Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS*, 10(2), 90-99.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.

Saraswati, N. P. L., Teja Kusuma , G. N. A. G. E., & Setiawan Jodi, I. W. G. A. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Minuman Chatime Di Kota Gianyar*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6 Buku 1. Salemba Empat: Jakarta, 226

Setiobudi, A. (2021). The effect of product innovation on interest with satisfaction as mediation. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(1), 45–58.
<https://doi.org/10.37715/rme.v5i1.1640>

Sjofian, Danielle Monifa. 2023. “Mengenal Strategi Marketing Mixue”

<https://osc.medcom.id/community/mengenal-strategi-marketing-mixue-4988>

- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai pemediasi Dampak Citra merek Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Alfabeta.
- Suri amilia, F. D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Charles & Keith Semi Premium di Kota Langsa.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wicaksana, W. R., Paramastri, B., & Ardyanfitri, H. (2021). Purchase Intention Produk Frozen Food Berdasarkan Perceived Quality Dan Price Fairness. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(1), 1-12.
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee.
- Yuda Sedana Putra, M. (2021). Pengaruh inovasi Dan Kualitas Produk terhadap minat beli Ulang Konsumen BREADTALK lombok epicentrum mall. *Distribusi* -

Journal of Management and Business, 9(1), 55–68.

<https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.132>

Yusuf, I. N. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di E-Commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh persepsi risiko, kualitas situs web, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1-11.