

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N. & Aziz, N. (2019) Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonpmi KBP.
- Akbar, A. S., Destika, Nur, S., Siti, K., & Rait, A. M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada Konsumen Mc Donald's Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 59–68. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>
- Aminudin, M. (2014). *Teknik Olah Data Statistika Menggunakan SPSS 17 dan Ms Excel*. Semarang: Prodi Pendidikan Matematika FKIP UNISSULA.
- Artaya, I. P., Kamisutara, M., & Baktiono, R. A. (2018). Pengaruh Citra Produk Berdasarkan Analisis Persepsi Konsumen pada Kelompok Usaha Aneka Pangan Kota Sidoharjo. *Jurnal Tata Sejuta Stia Mataram*, 4(1), 36–81.
- Aulia, V. (2017) Pengaruh Harga, Lokasi, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Warung Kopi Cilik). *Skripsi*. STAIN Kudus.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis (New Intern)*. New Jersey: Pearson.
- Kasih, Anisa, Tiara, Dewi, Nadia, Ayu, S., Budiyati, Kuntari, Damayanti, Ananda, P., & Khasanah, Vika, F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Mixue (Studi pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta). *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*, 1–431.
- Kotler, P., & Amstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Larasati, I. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*,

1–12.

- Ningsih, M. R. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). Pengaruh Citra Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(3), 281–291.
- Permadi, A. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Reza, P. (2022). *Indonesia pasar minuman boba terbesar di asia tenggara*. Databoks.<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/indonesia-pasar-minuman-boba-terbesar-di-asia-tenggara>
- Swastha, Basu. (2002). *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Satya, Muhammad, A. (2022). Pengaruh Kreativitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Pembelian Konsumen Usaha Minuman Green Grass Jelly di Pim Kota Palembang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kelayakan Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 14, 327–335. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11192>
- Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.