

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiany, D. F. (2021). Pengaruh E-WOM dan kesadaran merek terhadap minat beli konsumen dengan citra merek sebagai variabel mediasi. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art3>
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Aji Pramana, D. (2022). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Elektronik Tv Led Merek Lg Di Kota Surakarta. *Journal UMS*, 1, 1–8.
- Andayani, M. (2023). Meningkatkan Kesetiaan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Pada PT. Mastratech Indonesia Cabang Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 19(4), 644–656. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v19i4.11029>
- Artamevia, S., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Produk Kosmetik BLP Beauty di Kota Semarang) Shafira. *Journal of Management ISSN (Online)*: 2337-3792, 4(2), 1–12.
- Ayesha, I. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Bai, S. (2022). Is negative e-WOM more powerful? Multimodal data analysis on air passengers' perception of COVID-19 safety measures. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.983987>
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dani, E. R., Safri, H. S., & Hendry, R. S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Kebutuhan Di Grosir Sembako Ibu Eryna Kelurahan Aek Paing Tengah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1810–1823. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7246>
- David, A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada Masa Physical Distancing. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2652>
- Febriyanti, D. (2024). Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 224–240. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i1.3353>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Firmansyah, A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Fratama, D., & Pratisti, C. (2022). Loyalitas Merek Melalui Pengalaman Merek Dan Nilai Pelanggan smartphone Xiaomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

- (EK&BI), 5(1), 165–173. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.492>
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural (Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24)* (07 ed.).
- Hair, J. F. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Pearson New International Edition*.
- Haque-Fawzi, M. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. penerbitpascalbooks@gmail.com
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 501–510. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23421>
- Hendra, M. D. (2022). Efektifitas Word of Mouth (Wom) Dalam Komunikasi Pemasaran Rotte Bakery Pekanbaru. *Medium*, 9(2), 119–135. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7907](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7907)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran. In *UNPAM PRESS: Tangerang* (Issue 1). UNPAM Press.
- Javed, S. (2021). Combined Effects of Drivers and Impact of Customer Satisfaction on Brand Loyalty: The Contingent Effect of Social Trust. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440211003566>
- Jowianto, M., & Zuhdi, S. (2019). Pengaruh Facility Support, Service Performance, dan Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 313–318. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.283>
- Khalil, S. (2021). Marketing–Quality Interface: An Empirical Analysis of FMCG Customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1885574>
- Khan, M. M. (2019). Celebrity Endorsement and Purchase Intentions : The Role of Perceived Quality and Brand Loyalty. *Market Forces College of Management Sciences Volume*, 14(2), 99–120. <https://ssrn.com/abstract=3670188>
- Kharisma, R., & Hariyanti. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Communication: Studi Pada Produk Sepatu Vans Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 200–210.
- Khasanah, S. H. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kim, C. Y., & Cha, S. S. (2023). Effect of SNS Characteristics for Dining Out on Customer Satisfaction and Online Word of Mouth. *SAGE Open*, 13(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440231199575>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016a). *A Framework for Marketing Management* (06 ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. (2016b). Marketing-Management. In *Marketing-Management*. <https://doi.org/10.1515/9783486801125>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016c). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*,

- 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen, Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce*. Mitra Abisatya.
- Lionitan, W., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention Pelanggan Mixue di Cibubur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 805–813. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25450>
- Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ufo Elektronika Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6, 1–16.
- Mahrinasari. (2014). *Komunikasi Getok Tular Eletronik (Electronic Word of Mouth Communication) Anteseden dan Konsekuen*. AURA (Anugrah Utama Raharja).
- Muhlis, S. (2020). *Pengaruh Loyalitas Merek, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Word Of Mouth*.
- Nafah, H., & Purnaningrum, E. (2021). Penggunaan Big Data Melalui Analisis Google Trends Untuk Mengetahui Perspektif Pariwisata Indonesia Di Mata Dunia. *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Ke-III (SNHRP-III 2021)* E-ISSN: 2776-5105, 3((2021)), 430–436. <https://snhrp.unipasby.ac.id/prosiding/index.php/snhrp/article/view/225>
- Nugroho, M. A. (2020). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *Business and Economics Confe*, 566–584.
- Panjaitan, R., Dian, U., & Semarang, N. (2023). *Strategi Membangun Loyalitas Merek : Tinjauan Komprehensif Terhadap Program Loyalti Digital , Brand Love , Dan Kemudahan* (Issue December).
- Paramita, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Permatasari, A. S., Listyorini, S., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Reputasi Merek dan Persepsi Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Pengunjung Hotel MG Setos Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 301–309. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34724>
- Peter, J. P. (2023). Consumer behavior and marketing. In *Media Analytics*. <https://doi.org/10.4324/9780429506956-9>
- Pong, K. S. (2023). From the attributes of smart tourism technologies to loyalty and WOM via user satisfaction: the moderating role of switching costs. *Kybernetes*, 52(8), 2868–2885. <https://doi.org/10.1108/K-09-2021-0840>
- Pratiwi, F. (n.d.). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,33% pada Kuartal I 2023*. Dataindonesia.Id. Retrieved November 5, 2023, from dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023
- Pratiwi, & Telagawathi. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth Pada Pelanggan Produk XL Axiata Di Kecamatan Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 285. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32400>
- Priadana, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Book.

- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1* (Vol. 1).
- Rabbani, D. B., & Desak, N. (2022). *Komunikasi pemasaran*.
- Rahman. (2022). *Profil Mixue Perusahaan Es Krim dan Teh Tiongkok yang Aktif Ekspansi*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/rezzaaji/ekonopedia/63aa6b1704b8b/profil-mixue-perusahaan-es-krim-dan-teh-tiongkok-yang-aktif-ekspansi>
- Rifa'i, K. (2019). Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191.
- Rosdayanti, P. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek Marugame Udon. *Widya Manajemen*, 5(2), 120–134.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i2.3681>
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. K-Media.
- Sahir, S. (2022). *Metode Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Fkip Uhamka*, 309. <https://b-ok.asia/book/5686392/1c6357>
- Sitorus, S. A., & Romli, N. A. (2021). *Brand Marketing: The Art of Branding*.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar, Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA Press.
- Sunardi, & Rahmadani, I. (2023). Strategi Pemasaran Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Ice Cream Aice. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 03(03), 919–928.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.855>
- Syarif, M. (2023). 7 Mixue di Kab. Kudus, Jawa Tengah yang Ramai Pengunjung. *Ulasan Tempat*. <https://www.ulastempat.com/7-mixue-di-kab-kudus-jawa-tengah-yang-ramai-pengunjung/>
- Tamara, A. (2023). *Mixue sang penjajah Ruko Kosong*. Politeknik Tempo.
- Wardhana, A. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Nilai Tidak Tergantikan, Terhadap Positif Word Of Mouth Dan Niat Pembelian Ulang. 15(1), 65–77.
- Yasvari, T. H., Ghassemi, R. A., & Rahrov, E. (2022). Influential Factors on Word of Mouth in Service Industries (The case of Iran Airline Company). *International Journal of Learning and Development*, 2(5), 227.
<https://doi.org/10.5296/ijld.v2i5.2366>
- _____. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*.