

DAFTAR PUSTAKA

- Abouzeid, W., Mahmoud, A. E. A., & Mohammad, S. T. (2023). The Impact of Electronic Word-of-Mouth Dimensions on Consumer Purchase Intention and Brand trust in the Egyptian Market. *MSA-Management science journal*, 2, 974-3036
- Adita, A., Rama, R., Nersiwad, N., & Utami, B. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Mixue Cabang Mojokari. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 01-18.
- Ang, F. O., & Andreani, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Pada Facebook Terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Agora*, 10(1).
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2021). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali: Bandung
- Ayu, A. S., Dimas, A., Pratama, E. A., & Yahya, I. M. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Di Surabaya. *Jurnal Of Management And Social Sciences*, 1(3), 27-36.
- Awali, F. P., & Astuti, S. R. T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Activities Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty: Peran Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy Di Wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4).
- Budak, O., Filiz, M., & Erdal, N. (2023). The Mediating Role Of Green Trust In The Effect Of The Preference For Green Products On The Purchase Intent Of Health Students. *Journal Of Management Marketing And Logistics*, 10(1), 1-18.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104-112.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(2).
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan merek terhadap minat beli (studi pada konsumen skincare ms glow beautyhome di demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 168-181.
- Ferdinand, Augusty. 2017. *Structural Equifafization Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2018. *Merek dan Psikologi*. Graha Ilmu. Jakarta

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2018. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2022). Kualitas Produk terhadap Kepercayaan: Peran Mediasi Citra Merek Pelanggan BLP Beauty pada Mahasiswa Institut STIAMI. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(1), 27-38.
- Gunelius, S. (2015). *30 Minute Social Media Marketing*, United States: McGraw Hill
- Hair et.al. 2017. *Structural Equation Modeling (SEM)*. USA: SAGE
- Hartinah, A. S., Alim, S., & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 242-249.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(01), 188-203.
- Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y., Prasetyo, T., Pitaloka, E., & Cahyon, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Heidari, S., Zarei, M., Daneshfar, A., & Dokhanian, S. (2023). Increasing sales through social media marketing: the role of customer brand attachment, brand trust, and brand equity. *Marketing and management of innovations*, 14(1), 224-234.
- Hisbullah, M. A. D., Purnamasari, E. D., & Emilda, E. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Fear Of Missing Out terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mixue di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 166-177.
- Indahsari, L.N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 51-60.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press
- Indriany, Y., Sintesa, N., & Rahmadhani, M. V. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Shopee, Tokopedia Dan Lazada). *Journal Business And Technology* (Licovbitech) (Pp. 19-34).
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. In Widina (1st ed., Vol. 5). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Islmaiyah, N., Hidauiy, N. & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM : Elektroni Jurnal Riset* 9, (16).

- Juliana, J., Pramono, R., Maleachi, S., Bernarto, I., & Djakasaputra, A. (2021). Investigation purchase decision through brand trust, brand image. Price. Quality of product: a perspective service dominant logic theory. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 51-59.
- Khairunnisa, S., Budiyaniti, H., & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2 (4), 110–126.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol secara online pada masa pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1383-1389.
- Kotler P, & Amstrong G. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Y., Purwanti, A., & Kurnita, S. E. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Konsumen PT Mitra Beton Mandiri Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 31(2), 69-78.
- Lestari, R., & Meidina, S. F. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui brand trust minuman koi thé cabang mall plaza indonesia. *Journal Of Syntax Literate*, 7(3).
- Mahendri, W., & Husen, S. A. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Tiktok Dan Food Quality Terhadap Trust Pada Sosis Kanzler Di Itskes Icme Jombang. *Jurnal Multidisiplin Ilmu. Koloni*, 1(4), 553-561.
- Marwanah, S., & Shihab, M. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), 2804-2822.
- Muhammad, A. 2016. *Mengolah dan Membuat Interpretasi Hasil Olahan. SPSS untuk penelitian ilmiah*, Edsa, Jakarta.
- Mower, J. C. dan Minor, M. 2017. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
- Nainggolan, N. P. (2018). *Satisfication, Trust, Choice Reduction and Habit, Customer's Loyalty* Abstrak. 6(1).
- Oktaviani, S., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust Produk Es Teh Indonesia. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 2(02), 92-122.
- Padmawati, N. M., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 7,
- Palupi, N. D. E., Indratno, D. L., Rinaldi, R., Azwar, A., & Supardin, L. (2023). Pengaruh Citra

- Merek, Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2).
- Pereira, G. V., Dewi, L. K. C., & da Conceição Soares, A. (2024). The Influence of Marketing Mix and Service Quality on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction at Timor Telecom. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 3(02), 8-21.
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (eds.); 1st ed.). INSANIA.
- Riyanti, R. R., Komariah, K., & Sunarya, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1273-1283.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(1), 92-103.
- Shafiq, M. A., Ziaullah, M., Siddique, M., Bilal, A., & Ramzan, M. (2023). Unveiling the Sustainable Path: Exploring the Nexus of Green Marketing, Service Quality, Brand Reputation, and Their Impact on Brand Trust and Purchase Decisions. *International Journal of Social Science & Entrepreneurship*, 3(2), 654-676.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung
- Sumarawan, U. 2014. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tangkilisan. 2015. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widia.
- Teguh, V. D. (2023). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menjadi Anggota pada Credit Union Keling Kumang di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 8(2), 380-395.
- Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tong, T. K. P. B. (2020). Analisa pengaruh social media marketing terhadap repurchase intention melalui brand trust sebagai variabel mediasi pada instagram adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1921-1941.
- Venny. F. H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350-372.
- Wahyudi, M. A., & Rahmadi, Z. T. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Religiusitas dan Kualitas

Produk terhadap Kepercayaan Merek serta Implikasinya pada Keputusan Pembelian Produk-Produk Halal. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 6(2), 180-189.

Wibowo, L. A dan Donni J. P. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Yani, N. W. M. S. A. dkk. (2023). *Kewirausahaan di Industri Hospitality: Strategi Pengelolaan Pasca Pandemi Covid-19* (M. A. Wardana (ed.); 1st ed.). Intelektual Manifest Media.

Yuniantara, O., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Logo Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Studi Pada Masyarakat Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).

Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85-113.

<https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>. Diakses pada tanggal 17/02/2024

<https://dijatgo.id/daftar-franchise-yang-lagi-booming-dan-menjanjikan/>. Diakses pada tanggal 17/02/2024

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20250116/263/1832332/rekomendasi-6-franchise-terpopuler-di-2025-dan-biaya-memulainya>. Diakses pada tanggal 2/2/2025

Pedoman Penyusunan Skripsi 2022. Prodi Manajemen FEB UMK.