

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Aprilia, darmansyah ; sri yanthy yosepha. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayan Jakarta Timur*. 1(1), 15–30.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Azhara, S., Fatkhul Hidayat, M., Paradiba, N. P., Anggraini, D. A., Syarifa, H., Adelia, A., Arya, B., Soeharto, Z., Oktiani, M., Nafsya, T., & Permata, P. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue pada Mahasiswa Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 2(1), 238–248. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/7730>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian*

Pendidikan Kualitatif, 1, 130.

Candana, D. M., Putra, R. B., & Wijaya, R. A. (2020). *Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Pda PT Batang Hari*. 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>

Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(10), 2756–2774. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>

Fauziah, D., Ali, H., Haymans, A., & Jumawan, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 1(4), 159–172.

Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Feriyansyah, A. N. M. A. V. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone*. 3(1), 44–53.

Fetriszen, & Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek*

Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.

<https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>

Firmansyah, F., & Sakinah, N. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel

Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202.

<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>

Fitriani, M., Andrian, & Sumantyo, F. D. S. (2023). *Dampak Brand Image ,*

Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Mixue Di Summarecon Bekasi. 2(September), 2531–2544.

Foeh, J. E. H. J., Thifal, R., & Aini, N. (2023). *Pengaruh Periklanan , Harga dan*

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli

Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma

Cibitung (Studi Kajian Pustaka). 4(3), 587–597.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan*

Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.

Hair, J. ., Anderson, R. ., & Tatham, R. L. (n.d.). *Multivariate Data Analysis With*

Reading.

Hair, J. F., Sarstedt, M., & M., Ringle, C. M. (2017). *Treating Unobserved*

Heterogeneity in PLS-SEM: A Multi-method Approach.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3_9

- Halyana, P. S., & Bangsawan, S. (2023). *The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions with Purchase Intention as Intervening Variable (Study on Mixue Lampung)*. 7–14.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123–137. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Hartinah, A. S., Alim, S., & Br, K. S. (2023). Pengaruh kualitas produk , harga , dan gaya hidup generasi Z terhadap keputusan pembelian Mixue Ice Cream & Tea. *Journal of Management & Business*, 6(2), 345–353.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Inesti, L. R., & Handayani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Konsumen Pop Mie Cup (Studi Kasus Di Wilayah Kemanggisan Jakarta Barat). *JCA Ekonomi*, 1(2), 503–512.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2008.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). *Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso . Id Di Marketplace Shopee. 2.*

Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>

Normaleni, S., Hj Erni, A., & Teguh, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Balangan).*

Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>

Nursal, M. F., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. 1(3), 111–118.*

Nuskha, D. D. S. (2021). *Pengaruh Pemberian Insentif Pajak Di Tengah Pandemi Corona Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) (Studi Kasus Pada KPP Malang*

Utara). 10(06), 1–9.

Pauzi, M. R. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2(September), 2453–2481.

Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>

Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>

Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan ...*, 01(1), 59–67.
<https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/21>

Saputri, L. E. utomo. (2021). *ISSN : 1979-2700 Excellent : Jurnal Manajemen , Bisnis dan Pendidikan Vol 8 , No 1 (2021) ; p . 92-103 ; https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent Pengaruh Brand Image , Kualitas*

Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan ISSN : 1979-2700 *Excellen*. 8(1), 92–103.

Setiawan, A. W., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1157–1177. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.4846>

Soedjono. (2019). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Layanan Purna-Jual Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(1), 1–23.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS. Yogyakarta.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. CAPS.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Yuniantara, O., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Logo Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Studi Pada Masyarakat Kota Madiun). *Simba*, September.