

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek* (1st ed.). Mitra Utama.
- Aditiya, I. M. (2023). *Makin Menggurita, Mixue Miliki Gerai Terbanyak ke-5 di Dunia*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/makin-menggurita-mixue-miliki-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-5tNRw>
- Alfiqri, M. J., & Trisnawati. (2024). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Mediasi Viral Marketing pada Produk Mixue di Pontianak*. 6(1), 44–60.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Amelfdi, F., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awariness, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5.
- APIJL. (2025). *Survei Penetrasi Internet Dan Perilaku Penggunaan Internet*.
- Aziz, N., Safitri, A., & Adelia Sikombong Figo. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms. Glow di Kota Palopo. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 210–218. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5429>
- Bhene, H., & Widajanto, M. B. (2024). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Word of Mouth dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue di Kota Surabaya*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Faiq, M. A., & Anwar, M. K. (2024). *Pengaruh Sertifikat Halal, Viral Marketing , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. 7, 112–124.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2017). *Globalisasi Pemasaran: Marketing Globalization*. Deepublish.
- Fatmawaty, Hatma, R., Putri, A. R. F., Latiep, I. F., Hardiyono, & Assiddiqiah, M. R. (2024). *Strategi Viral Marketing*. READS MEDIA INDONESIA. <https://books.google.co.id/books?id=u85lEQAAQBAJ>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karunia, X. D., Fitriana, A., & Linanda, P. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Pada Konsumen Mixue)*. 1(1), 1–12.
- Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management* (5th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 (Ed.)). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th (Ed.)). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management (15th Global ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Linawati, E. H., Aini, F. Q., Rahayu, L., Masandi, N. R., Handayani, F., Khoir, M. Z., & Estiasih, S. P. (2023). *Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembeliann (Studi Kasus Gerai Mixue Gayungsari)*. 1986–1995.
- Meiselman, H. L. (Ed.). (2026). *Food and consumer behavior: A comprehensive reference*. Elsevier.
- Mixue. (2025, June 30). *About Mixue*. Mixue Group. <https://my.mixue.com/about.html>
- Nadhir, M., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Indonesia Economic Journal. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.
- Nashri, M. K., Mulyono, E. H., & Rusminah. (2025). Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 4(1), 92–102.
- Patel, N. (2020). *Digital marketing fundamentals*. Online publication.
- Qasim, A., Alhamad, M., Akour, I., Alshurideh, M., & Al-, A. Q. (2021). *International Journal of Data and Network Science Predicting the intention to use google glass : A comparative approach using machine learning models and PLS-SEM*. 5, 311–320. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.002>
- Ryan, D. (2017). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (4th ed.)*. Kogan Page.
- Salsabila, & Wahyudi, S. (2025). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Pekanbaru. *Administrasi Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 278–285.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=CMChvAEACAAJ>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS(Center For Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian Edisi Terbaru*. Andi Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=FJrwzWEACAAJ>
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective*. Springer.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (4th ed.). SAGE Publications. <https://books.google.com/books?id=KfkFEAAAQBAJ>
- Xu, S. (2025). Research on factors of influencing consumer behavior patterns in the food service industry. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 165(1), 7–11. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2025.20723>