

## DAFTAR PUSTAKA

- Aco, H. (2022). Percepat Digitalisasi Pasar, Idh Kumpulkan Distributor se-Indonesia. *Tribunnews*.  
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2015/10/21/pertumbuhan-fast-moving-consumer-goods-di-indonesia-turun-74-persen>
- Aditi, B., & Pentana, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengembangan Umkm, Trust dan Keunggulan Bersaing terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif di Kota Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu ...*, 6(2), 1–16.  
<http://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/download/41/39>
- Agmasari, S. (2021). Menparekraf Sebut Sektor Kuliner Sumbang 42 Persen Pendapatan Negara Saat Pandemi. *Kompas.Com*.  
<https://www.kompas.com/food/read/2021/09/14/192700975/menparekraf-sebut-sektor-kuliner-sumbang-42-persen-pendapatan-negara-saat?page=all>
- Agusvianto, H. (2017). Sistem Informasi Inventori Gudang Untuk mengontrol Persediaan Barang Pada Gudang Studi Kasus: PT. Alaisys Sidoarjo. *Journal Information Engineering and Educational Technology*, 40-46.
- Al Badi, K. S. (2018). The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage of the SME Sector in the Al Buraimi Governorate in Oman. *Sage Open*, 8(3).  
<https://doi.org/10.1177/2158244018800838>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Andriani, D. (2022). *Mixue Ice Cream & Tea yang Lagi Viral, Apakah Sudah Halal?* Hypeabis.Id. <https://hypeabis.id/read/14952/mixue-ice-cream-tea-yang-lagi-viral-apakah-sudah-halal>
- Angelin, S. (2020). *10 Es Krim Enak di Bandung Tawarkan Rasa Lumer di Lidah*. Gotravelly. <https://www.gotravelly.com/blog/10-ice-cream-enak-di-bandung>
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56.

<https://doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>

- Ashrafi, R., & Murtaza, M. (2013). Impact of Ict on Smes in Oman. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*, 11(3), 125–138.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik (2020). Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen (c-to-c). <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/>
- Badan Pusat Statistik (2021). Pendapatan Perkapita Masyarakat terhadap Makanan dan Minuman. <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2021/01/27/1376/>.
- Correcttechno. (2022). The marketing mix is implemented through 4P (Product, Price, Place, Promotion). <https://www.correcttechno.com/4p-marketing/>
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>
- Databoks.katadata. (2021). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia (2010-2021)*. Databoks.Katadata.
- Elvera, & Astarina, Y. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan ‘Kimi Collection’ Kota Pagar Alam. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 47–56.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Festa, G., Cuomo, M.T. Metallo, G., & Foroudi, P. (2016). Building a ‘Non-Core Business Theory’ – The Case of Wine Tourism for Wine Firm. Proceedings of 6<sup>th</sup> GIKA Conference-Special Track- “Turning Kurt Lewin on his head: Nothing is so theoretical as a good practice”. Valencia, 20-23 March
- Foodierate. (2021). <https://www.foodierate.com/>. Foodierate. <https://www.foodierate.com/>
- Foodiz. (2022). 12 Pelajaran Penting dari Mixue, 10 Ribu Cabang lebih di Tiongkok. *Foodizz*.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gotravelly. (2022). Daftar Merek Es Krim Di Kota Bandung. <https://www.gotravelly.com/blog/10-ice-cream-enak-di-bandung/>
- Hanaysha, J., & Hilman, H. (2015). Strategic effects of product innovation, service

- quality, and relationship quality on brand equity. *Asian Social Science*, 11(10), 56–72. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n10p56>
- Hanaysha, J. R., Al Shaikh, M. E., & Alzoubi, H. M. (2021). Importance of marketing mix elements in determining consumer purchase decision in the retail market. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 12(6), 56–72. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2021110104>
- Hynes, N., & Lo, S. (2006). Innovativeness and consumer involvement in the Chinese market. *Singapore Management Review*, 28(2), 31–46.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Insan, M. Y. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(2), 119–131.
- Jutisa, D. D., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 214. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8507>
- Kemenperin (2017). Prospek cerah industri makanan dan minuman. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23196/Pacu-Peran-IKM-Pulihkan-Ekonomi>.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kuik, O., Branger, F., & Quirion, P. (2019). Competitive advantage in the renewable energy industry: Evidence from a gravity model. *Renewable Energy*, 131, 472–481. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2018.07.046>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath
- Langit7.id (2022). Laris Manis, Ternyata Es Krim Mixue Belum Jelas Status Halalnya. <https://langit7.id/read/19554/1/laris-manis-ternyata-es-krim-mixue-nya>.

belum-jelas-status-halalnya-1658570833

- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.7, No.1
- Linda, H. (2022). Siapakah emilik Mixue? Es Krim dan Teh yang Viral dari China. *cncindonesia.com*  
<https://www.cncindonesia.com/lifestyle/20220714100003-33-355570/siapakah-pemilik-mixue-es-krim-dan-teh-yang-viral-dari-china>
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Mixue. (2022). *Mixue Cijagra Buah Batu*. Mixue-Cijagra.Business.Site. [mixue-cijagra.business.site](http://mixue-cijagra.business.site)
- Mooney, A. (2007). Core Competence, Distinctive Competence, and Competitive Advantage: What is the Difference? *Journal of Education for Business*, 2(1).
- Novindra, N. P. B., & Rasmini, N. K. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Computer Self Efficacy Pada Minat Penggunaan E-Spt. *E-Jurnal Akuntansi*, 19, 1116–1143.
- Nugroho, A. R., & Irena, A. (2017). The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics, and Psychological Factors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya. *IBuss Management*, 5(1), 55–69.
- Oki Pranajaya, G. M., Suroso, I., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada PT. Eka Jaya Makmur Bali. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i1.11065>
- Papadas, K. K., Avlonitis, G. J., Carrigan, M., & Piha, L. (2019). The interplay of strategic and internal green marketing orientation on competitive advantage. *Journal of Business Research*, 104(November 2017), 632–643.
- Pergikuliner. (2022). *10 Tempat Makan Es Krim Terbaik Di Bandung*. <https://pergikuliner.com/catalogs/es-krim/bandung>
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi*

- Bisnis* (Jab), 10(1), 21–24. <https://doi.org/10.35797/jab.10.1.2020.28825.21-24>
- Priyanto, D. (2017). *Spss Panduan Mudah Olah data Bagi Mahasiswa & Umum*. Andi Offset.
- Putri, N. P. E., Darna, N., & Kasman. (2020). Pengaruh Marketing Mix Dan Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing (studi pada Zoya cabang Tasikmalaya). *Bussines Management and Entrepreneurship Journal*, Vol 2(2), 1.
- Purohit, S., & Paul, J., & Mishra, R. (2021). Rethinking the Bottom of the Pyramid: Towards a new Marketing Mix. *Journal of Retailing and Customer Service*, Vol 58(2).
- Puspita, A., & Hadi, M. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada Pengguna Smartphone Xiaomi Redmi. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 3–6.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Paragon Technology and Innovation di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(2), 119–130. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/24564>
- Sarifuddin, T., & Jenigatot, H. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian City Car Kia Picanto pada PT. Kars Inti Amanah (Kalla Kia) Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol 5 (2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal Emba*, 7(1).
- Simamora, F. N. (2018). Pengaruh Komunikasi Dan Kemampuan Sumber Daya

- Manusia Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Kantor Camat Sibolga Sambas Kota Sibolga. *Warta*, 55(2).  
<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127>  
<http://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf>  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=)
- Siti Hajar, I. P. G. S. (2016). *252791-Peran-Keunggulan-Bersaing-Memediasi-Peng-4a649D9F*. 5(10), 6580–6609.
- Sudirman, Bachri, S., & Rombe, E. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian City Car Kiapicanto Pada Pt . Kars Inti Amanah ( Kalla Kia ) Palu. *Jurnal Katalogis*, 3(12), 45–56.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W.(2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sururi, M.M. (2020). *Pemasaran "Persaudaraan Tanpa Batas" dalam Penjualan Minyak Kebal di Desa Simbaturagung Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati Jawa Tengah*. Institut Agama Islam Negeri Jember:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Tang, Z. Y., & Mesfin, H. (2020). Research on the Effect of Marketing Mix on the Competitive Advantage: A Study of Selected Small and Medium Enterprises in Bole Sub City, Addis Ababa, Ethiopia. *The International Journal of*

- Management Science and Business Administration*, 7(1), 15–28.  
<https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.71.1002>
- Traveloka. (2022). *Restoran di Area Sekitar*. Traveloka.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Wardhana, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2018-0314>
- Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer dan Praktis*. Rajawali Perss.
- Wikipedia. (2022). Mixue Ice Cream & Tea. <https://id.wikipedia.org/wiki/Mixue>.
- Zhang, D., Rong, Z., & Ji, Q. (2019). Green innovation and firm performance: Evidence from listed companies in China. *Resources, Conservation and Recycling*, 144(7): pp.48-55.
- Zakky, M. (2019) *Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha di Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7th ed.). Mc Graw Hi Education.
- Zuhdi, I., Muniroh, L., & Eldine, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing*. 4(1), 110–118.