

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H., & Williams, L. J. (2013). Partial Least Squares Methods: Partial Least Squares Correlation and Partial Least Square Regression. *In Springer*, 549-579. doi:10.1007/978-1-62703-059-5_23
- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- Ahdiat, A. (2024). *5 Sektor Usaha dengan Persaingan Tertinggi di Indonesia*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/989b9ff7a1200b5/5-sektor-usaha-dengan-persaingan-tertinggi-di-indonesia>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. New York: Open University Press.
- Akramiah, N., Hastari, S., & Sari, I. M. (2021). The Effect Of Brand Ambassador And Celebrity Endorser On Consumer Purchase Interest Of Le Minerale On Students Faculty Of Economics, Merdeka University, Pasuruan. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 3(1).
- Amalia, F. A., Sosianika, A., & Suhartanto, D. (2020). Indonesian millennials' halal food purchasing: Merely a habit? *British Food Journal*, 122(4), 1185–1198. doi:10.1108/BFJ-10-2019-0748.
- Amelia, A. (2023). *15 Makanan Viral Tahun 2023, Kamu Pernah Coba?* Diambil kembali dari detik.com: <https://www.detik.com/sumut/kuliner/d-7114214/15-makanan-viral-tahun-2023-kamu-pernah-coba>
- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Anam, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rental Mobil Mitra Transport). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(1), 1-5.
- Anggraini, A., Indiworo, R. H., & Violinda, Q. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI

- KASUS PADA MAHASISWA UPGRIS). *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 244-249. doi:10.54259/manabis.v1i3.1173
- Annur, C. M. (2023). *Indomie, Merek Mi Instan yang Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/food-beverage-tobacco/statistik/e2fcc5dcd524a7/indomie-merek-mi-instan-yang-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat-indonesia-setahun-terakhir>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108-119.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek terhadap Loyalitas Merek; Survei pada Warga Kelurahan Penanggungan Konsumen Produk Aqua di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44(1), 144-153.
- Arkan, I., & Andjarwati, A. L. (t.thn.). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 27(1), 63-71.
- Arnould, E., Price, L., & Zinkhan, G. (2004). *Consumer 2nd ed*. Boston, Massachusetts: The McGraw-Hill Companies.
- Ashilah, S. (2022). *Data Penduduk Kota Bandung berdasarkan Pekerjaan 2020, Pelajar dan Mahasiswa Terbanyak*. Diambil kembali dari Bandung Bergerak: <https://bandungbergerak.id/article/detail/1665/data-penduduk-kota-bandung-berdasarkan-pekerjaan-2020-pelajar-dan-mahasiswa-terbanyak>
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(2), 72-81.
- Bandung, K.A. (2020). *Opening nih*. Diambil kembali dari pergikuliner: <https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/mixue-cihampelas/reviews/2834271168>
- Becerra, E. P., & Badrinarayanan, V. (2013). The influence of brand trust and brand identification on brand evangelism. *Journal of Product & Brand Management*, 2(5/6), 372-383.

- Berlianne, J. R., Koswara, J. S., Handayani, R., Fachrizal, F. A., & Hidayah, R. T. (2020). MOBILE SERVICE QUALITY, PERCEIVED USEFULNESS, AND PERCEIVED EASE OF USE TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION (Study on BCA Mobile Application Users). *Solid State Technology*, 63(5).
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail management : a strategic approach*. Pearson.
- Bintarti, S., Elise, N., & Kurniawan, E. N. (2022). PENETAPAN HARGA PRODUK DAN PENGGUNAAN DUKUNGAN SELEBRITI MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTANT SEDAAP. *Jurnal DIMENSI*, 11(2), 246-259.
- Budhi Setiyawan, S.M. (2021), Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Di Rawamangun).
- Budianti, F., & Nurtjahjadi, E. (2023). Pengaruh Green Product dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware (The Influence of Green Product and Perceived Price on Interest in Buying Tupperware Products). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 4(3), 195-207.
- Citra, K. F. (2024). Pengaruh Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus di Kota Bandung).
- Clarkston Consulting. (2023). *Food & Beverage Trends 2023: What the Industry Can Expect*. Diambil kembali dari Clarkston Consulting: <https://clarkstonconsulting.com/insights/food-beverage-trends-2023>
- Crane, F. G. (2022). *Marketing for Entrepreneurs*. SAGE Publications, Inc.
- Cruz, L. d., Suprati, N. W., & Yasa, N. N. (2015). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Berwiraswasta Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Devi, B., Hoyyi, A., & Mukid, M. (2015). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Layanan Internet Speedy di Kota Semarang Menggunakan Partial Least Square. *Jurnal Gaussian*, 4(3), 485-495.

- Dimiyati, M. (2011). Theoretical Testing on Service Quality and Product Innovation of Small-Micro Credit Banks (a Case Study). *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 14(3), 225.
- Diputra, I., & Yasa, N. N. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25-34.
- Diva, & Sari. (2022). *Ramai di Media Sosial, Ini Serba-serbi soal Mixue*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/12/29/205600565/ramai-di-media-sosial-ini-serba-serbi-soal-mixue?page=all>
- Doss, S. K. (2010). "Spreading the good word": Toward an understanding of brand evangelism. *Theses and Dissertations - UTB/UTPA*, 155.
- Doss, S. K., & Carstens, D. S. (2014). Big Five Personality Traits and Brand Evangelism. *International Journal of Marketing Studies*, 6(3), 13-22.
- esb.id. (2024). *Peluangnya Besar! Berikut 10 Alasan Kamu Harus Jadi Wirausaha Kuliner*. Diambil kembali dari <https://www.esb.id/id/inspirasi/peluangnya-besar-berikut-10-alasan-kamu-harus-jadi-wirausaha-kuliner>
- Evans, & Berman. (2007). *Retail Management*. Upper Sadle River.
- Farkhan, M. Z., Rahab, R., & Suwandari, L. (2020). Brand Experience towards Brand Loyalty with Brand Trust as Mediation Variable. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 10(1).
- Fathurrahman, F. A., & Nurhadi. (2018). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP BRAND EVANGELISM DENGAN IDENTIFIKASI MEREK DAN BRAND PASSION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 7(6), 569-579.
- FHA Food & Beverage. (2023). *What is Convenience Food?* Diambil kembali dari Informa Markets: <https://fhafnb.com/glossary/convenience-food/>
- Fikri, M. K., Filzah, A., & Imani, M. F. (2022). PENGARUH KREATIF, INOVASI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 117-139.
- FoEh, J. E., & Anggoro, D. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai

- Variabel Intervening pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. *ULTIMA Management*, 14(2), 258-275.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit - Undip.
- Gischa, S. (2020). *Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya>
- Gong, T., & Yi, Y. (2018). The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology and Marketing*, 35(6), 427-442. doi:10.1002/mar.21096
- Guanqi, Z., & Nisa, Z. U. (2023). Prospective effects of food safety trust on brand evangelism: A moderated-mediation role of consumer perceived ethicality and Brand Passion. *BMC Public Health*, 23(1). doi:10.1186/s12889-023-17268-1
- Hair, J. F. (2021). *Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in new product development*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd Ed.*
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset*, 4(3), 415-424.
- Hanaysha, J., Hilman, H., & Hasmini Abdul-Ghani, N. (2014). Direct and Indirect Effects of Product Innovation and Product Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Automotive Industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 2250–3153.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Handayani, W. P. (2022). *10 Tempat Makan Es Krim di Bandung yang Hits dan Bikin Lupa Diet*. Diambil kembali dari Nibble: <https://www.nibble.id/tempat-makan-es-krim-di-bandung-yang-hits/>

- Hapsari, E. P. (2023). *Cek arti logo Mixue es krim viral dari China dan cara pengucapannya yang benar*. Diambil kembali dari hops.id: <https://www.hops.id/unik/2949381371/cek-arti-logo-mixue-es-krim-viral-dari-china-dan-cara-pengucapannya-yang-benar>
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Herniah, S., & Wahid, A. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIMASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus pada PT. Yotta Berkah Mulia). *Kaizen*, 1(1).
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 214-231.
- IDN Times. (2023). *7 Menu Mixue Best Seller Terfavorit, Enak dan Menyegarkan!* Diambil kembali dari IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putri-intan-nur-fauziah/menu-mixue-best-seller-1?page=all>
- Ika, N., & Kustini. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect On Loyalty On Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14, 19-28.
- Indonesia, C. (2022). *Daftar Negara Doyan Makan Mi Instan, Indonesia Urutan Berapa?* Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220417075659-262-785627/>
- Irwansyah. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Iuwashplus.or.id. (2023). *Wajib Dicoba! Rekomendasi Menu Mixue Paling Best Seller*. Diambil kembali dari <https://www.iuwashplus.or.id/rekomendasi-menu-mixue/>
- Jalari, M., & Marimin, A. (2022). Testing Product Mix Against Brand Trust in the Digital Era. *International Journal of Seocology*, 3(2), 54-64.
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research Directions. *Technology Analysis and Strategic Management*, 3.

- Kalsum, N., Ilhamudin, & Retnowati, W. (2023). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Indomie di FEB UNRAM). *UNRAM MANAGEMENT REVIEW*, 1(1).
- Kalsum, U. (2018). PENERAPAN SEM PADA ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN SIDJP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA (STUDI KASUS : KPP PRATAMA PALEMBANG SEBERANG ULU). *Undergraduate Thesis*.
- Kantar Worldpanel. (2023). *Brand Footprint Indonesia 2023*. Diambil kembali dari https://www-kantarworldpanel-com.translate.goog/id/News/Brand-Footprint-Indonesia-2023?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Khamwon, A., & Sorataworn, W. (2021). Brand Innovation, Brand Trust, and Brand Loyalty of E-Marketplace in Thailand. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 3(3), 8-14.
- Khan, N., Salam, S., & Sherpao, A. (2014). Impact of Innovation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty: A Case Study of Professionals. *International Journal of Management Science*, 3(9), 663-672.
- Khashan, M. A., Elsotouhy, M. M., Aziz, M. A., Alasker, T. H., & Ghonim, M. A. (2023). Mediating customer engagement in the relationship between fast-food restaurants' innovativeness and brand evangelism during COVID-19: evidence from emergent markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(4), 1353-1374. doi:10.1108/IJCHM-07-2022-0888
- Kojo, C., Rogi, M. H., & Lintong, D. C. (2018). PKM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG DIJUAL DI SEPUTARAN KAMPUS UNSRAT BAHU. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 4(2), 68-76.
- Kompas.com. (2022). *Simpan Makanan Instan Selain Mi Berikut Ini sebagai Hidangan Cepat Saji yang Praktis dan Lezat*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://buku.kompas.com/read/2280/simpan-makanan-instan-selain-mi-berikut-ini-sebagai-hidangan-cepat-saji-yang-praktis-dan-lezat](https://buku.kompas.com/read/2280/simpan-makanan-instan-selain-mi-berikut-ini-sebagai-hidangan-cepat-saji-yang-praktis-dan-lezat)
- Kompasiana. (2024). *Ini Dia Alasan Mengapa Orang Indonesia Gemar Makan Mie Instan*. Diambil kembali dari [kompasiana:](https://kompasiana.com)

<https://www.kompasiana.com/raflyyanrizaldy6995/65adec54de948f30b6075722/ini-dia-alasan-mengapa-orang-indonesia-gemar-makan-mie-instan>

- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran. Edisi Keenam*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Principle of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, 18th Global Edition*. United States: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global Edition)*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management (16th ed.)*. Harlow: Pearson Education.
- Kuncoro, A. E., & Ridwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
- Laia, O., Dakhi, P., & Zagolo, E. F. (2021). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath.
- Larasati, I. D. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Larasati, R. D. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Labelisasi Halal, dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Kosmetik Make Over Pada Millenial Muslim Di Kudus*. Undergraduate thesis, IAIN KUDUS.
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University
- Linanda, O. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Toko Roti Kota Jambi). *Repository: Universitas Jambi*.

- Maino, G. P., Sepang, J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery And Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184-190. doi:10.3579 4/emba.v10i1.37678
- Mamesah, S., Tumbuan, W. J., & Tielung, M. V. (2020). THE INFLUENCE OF BRAND IDENTIFICATION AND BRAND SATISFACTION OF SMARTPHONE PRODUCTS ON BRAND EVANGELISM. *Jurnal EMBA*, 8(1), 11-20.
- Manuhutu, E. H., Alimudin, A., Wulandari, A., & Damayanti, E. (2021). The Effect of Product Innovation on Repurchase Intentions Mediated by Consumer Satisfaction of Oppo Smartphone Users. *Jurnal Ekonomi*, 58-64.
- Mardjuni, S., Karim, A., & Thanwain, T. (2023). Analisis Tunjangan Kinerja Anggota Ditpanobvit Pada Polisi Daerah Sulawesi Selatan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 634-646. doi:10.37531/sejaman.v6i1.4414
- Martin, M., & Nasib, N. (2021). The Effort to Increase Loyalty Through Brand Image, Brand Trust, and Satisfaction as Intervening Variable. *Society*, 9(1), 277-288. doi:10.33019/society.v9i1.303
- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI PERSAINGAN BISNIS : STUDI KASUS BISNIS KULINER RUMAH MAKAN KHAS ACEH “HASAN” DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*, 2(3), 188-202.
- Mixue.co. (2023). *Harga Franchise Mixue*. Diambil kembali dari <https://mixue.co/>
- Mudurikah, S., Ashari, Y. M., Wardaningtri, Y., & Saryadi. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK*, 1094-1102.
- Mulyani, P. A., Sudiartini, N. W., & Sariani, N. L. (2020). PERILAKU MASYARAKAT KOTA DENPASAR DALAM MENGKONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI (FAST FOOD). *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 90-103.
- Mulyani, Y., Susanti, S., & Triana, A. (2019). *Application of Regression Analysis in Reviewing the Effect of Store Atmosphere on the Purchase Decision Process*.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2019). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Andi.

- Nugrahanto, Rizky, N. F., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178-185.
- Nyadzayo, M. W., Leckie, C., & Johnson, L. W. (2020). The impact of relational drivers on customer brand engagement and brand outcomes. *Journal of Brand Management*, 27(5), 561-578.
- Oliver, R. L. (2019). Satisfaction: a Behavioural Perspective on the Consumer. 2nd ed. M.E. Sharpe, Inc.
- Omar, M. S., Ahmad, R., & Mustaffa, C. S. (2021). The Moderating Effects of Compensation on Motivation and Performance: A Case Study of Fast-food Employees in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 10(3), 1-18.
- Pahlevi, R. (2022). *Indonesia Pasar Minuman Boba Terbesar di Asia Tenggara*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/indonesia-pasar-minuman-boba-terbesar-di-asia-tenggara>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1), 24-31.
- Prasetyo, B. D. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Pratama, D. P., & Sugiyono. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK INDOMIE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanda, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Pugara, G. R. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP BRAND EVANGELISM SEPATU ATLETIK MEREK NIKE DI SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 603-614.

- Pujiawati, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Armor Kopi Bandung. *e-Proceeding Of Management*, 7(2), 2.
- Purboyo. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Puspada, I. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adi Riana.
- Puspasari, H. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65-71.
- Putra, D. M., & Sin, L. G. (2020). The Influence of Brand Equity and Brand Trust on E-Commerce Customers Loyalty (Zalora Customer Research). *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 3(3), 90-95. doi:10.32535/ijthap.v3i3.957
- Putri, A. A. (2023). *10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>
- Putri, S. A. (2024). *Influencer Makanan: Mitra Promosi Idaman atau Momok bagi Industri Kuliner?* Diambil kembali dari kumparan.com: <https://kumparan.com/shellannd12/influencer-makanan-mitra-promosi-idaman-atau-momok-bagi-industri-kuliner-22hRlzeQR1d>
- Putri, Y. D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRECEK KRUPUK UYEL UD. SINAR HARAPAN. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 837-842.
- Rafli, A. M. (2024). *Contoh Inovasi Bisnis, Alasan Menjalankannya, dan Tips Agar Sukses!* Diambil kembali dari Mekari Jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/contoh-inovasi-bisnis-sbc/>
- Rahma, R. Y. (2022). Publikasi dan Promosi Kuliner Food Vlogger di Media Sosial. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, 3(2), 68-75.
- Rahman, D. F. (2022). *Ini 10 Kota dan Kabupaten yang Masyarakatnya Paling Sering Makan Mi Instan pada 2021*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/d91afeaf64edf7c/ini-10-kota-dan-kabupaten-yang-masyarakatnya-paling-sering-makan-mi-instan-pada-2021>

- Ramadhani, Z. H. (2024). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TELKOMSEL DI KOTA BANDUNG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Ramadhany, A., & Supriyono. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199-206.
- Rizaldy, R. (2024). *Ini Dia Alasan Mengapa Orang Indonesia Gemar Makan Mie Instan*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/raflyyanrizaldy6995/65adec54de948f30b6075722/ini-dia-alasan-mengapa-orang-indonesia-gemar-makan-mie-instan>
- Robi, M., Kusnandar, D., & Sulistianingsih, E. (2017). Penerapan Structural Equation Modeling (SEM) untuk Analisis Kompetensi Alumni. *Buletin Ilmiah Math. Stat dan Terapannya (Bimaster)*, 6(2), 113-120.
- Rogerson, W. P. (1983). Reputation and Product Quality. *The Bell Journal of Economics*, 14(2), 508-516.
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373-1378.
- Rombon. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell. *Productivity E-Journal*, 2(3).
- Rosdayanti, P., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek Marugame Udon. *Widya Manajemen*, 5(2), 120-134.
- Ruiz-Mafe, C., Veloutsou, C., & Miquel-Romero, M. J. (2018). Engaging customers through user- and company-generated content on CSR. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(3), 407-425.
- Rumra, A. (2022). PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA AMBON (Studi Kasus Pada Ritel Modern Indomart Di Desa Batu Merah Kota Ambon). *Hipotesa*, 1-17.
- Sani, A. (2023). *Faktor Penyebab Mixue Diminati Banyak Orang*. Diambil kembali dari kompasiana:

<https://www.kompasiana.com/abdulsani/63c6a0334addee7a8a2f7a72/faktor-penyebab-mixue-diminati-banyak-orang>

- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Setiadi, R. R., & Madiawati, P. N. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram @vidiosports dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(11), 1380-1396.
- Setiobudi, A., & Audrey, P. V. (2021). The Effect of Product Innovation to Repurchase Intention With Satisfaction as Mediation (Study on Regioal Typical Frozen Food Products). *Review of Management and Entrepreneurship*, 45-58.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLs 7.0 - untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI.
- Simbolon, P. S., & Sukresna, I. M. (2021). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Konsumen Rokok Gudang Garam di Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(2), 39-48.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2023). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 1192-1206.
- Sjofian, D. M. (2023). *Mengenal Strategi Marketing Mixue*. Diambil kembali dari OSC medcom.id: <https://osc.medcom.id/community/mengenal-strategi-marketing-mixue-4988>
- Solimun, Fernandes, A. A., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat: Permodelan Persamaan Struktural (SEM) dan Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sopamena, C. J. (2022). *Fakta: Warga Kabupaten Bandung Paling Banyak Makan Mi Instan se-Jabar*. Diambil kembali dari detikjabar: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6242880/fakta-warga-kabupaten-bandung-paling-banyak-makan-mi-instan-se-jabar>

- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2022). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Sreejesh, S., Mitra, A., & Sahoo, D. (2015). Dampak layanan yang dirasakan pelanggan inovasi pada kesesuaian citra, kepuasan dan hasil perilaku Diedit oleh Anil Bilgihan Dr. *Jurnal Teknologi Perhotelan dan Pariwisata*, 6(3), 288-310. doi:10.1108/JHTT-10-2014-0061
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25-41.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Eureka Media Aksara.
- Swan, J. E., & Oliver, R. (1989). Postpurchase communications by consumers. *Journal of retailing*, 65(4), 516-533.
- Swanto, D. J., Surya, C., Hafni, L., Kamal, M., & Indrastuti, S. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDOMIE. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 9(2), 123-134.
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(3).
- Tanjung, A. A., & Hidayah, T. (2022). Upaya Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Administrasi Dan Price Discount.
- Thian, A. (2022). *Strategi Value Investing Ala Warren Buffet*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN*. Andi.
- Toni, N., & Anggara, L. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2021st ed.)*. Merdeka Kreasi Group.
- Ubaidillah, M. (2022). *Kedai Mixue Punya Siapa? Ini Sejarahnya*. Diambil kembali dari Swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/ke-dai-mixue-punya-siapa-ini-sejarahnya>
- unairnews. (2024). *Industri Kuliner sebagai Warisan Budaya Indonesia*. Diambil kembali dari <https://unair.ac.id/industri-kuliner-sebagai-warisan-budaya-indonesia/>
- Universitas Gadjah Mada. (2019). *Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia*. Diambil kembali dari ugm.ac.id: <https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia/>
- Dani Chandra Utama, Roynaldi Arista, Fitriyanto, et. al. (2019) Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 3 (7).
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel : Strategi dan implemantasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia edisi 3*. Kalimantan Selatan: Salemba Empat, 2017.
- Wahyuni, S., & Idris, I. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan Jasa Ekspedisi JNE Express di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- Wibawati, D., & Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1).
- Widodo, M., & Ginting, A. M. (2024). Factors Influencing and Their Impact On Brand Evangelism. *Enrichment: Journal of Management*, 13(6), 3773-3781.
- Widyanti, N. N., & Tiofani, K. (2024). *3 Festival Kuliner Akhir Pekan di Bandung, Jakarta, dan Serpong*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://www.kompas.com/food/read/2024/08/30/141500775/3-festival-kuliner-akhir-pekan-di-bandung-jakarta-dan-serpong?page=2](https://www.kompas.com/food/read/2024/08/30/141500775/3-festival-kuliner-akhir-pekan-di-bandung-jakarta-dan-serpong?page=2)

- World Instant Noodles Association. (2025). *Demand Rankings*. Diambil kembali dari WINA: <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>
- Yonatan, A. Z. (2023). *7 Rasa Indomie yang Paling Digemari di Indonesia 2023*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/7-rasa-indomie-yang-paling-digemari-di-indonesia-2023-vqMZM#:~:text=Sepanjang%20tahun%202022%2C%20Indomie%20merupakan,di%20Indonesia%20menurut%20survei%20Jakpat>
- Zarwati, N., & Ahmadi, R. (2020). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MIE INSTAN MEREK INDOMIE DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR. *Jurnal Agri Rinjani*, 1(2), 70-81.