

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang*. 1–16. <https://osf.io/preprints/dqb9m/%0Ahttps://osf.io/dqb9m/download>
- Aini, H., Syamsun, M., & Setiawan, A. (2014). Risiko Rantai Pasok Kakao Di Indonesia Dengan Metode Analytic. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(3), 209–219.
- Anggraini, T. (2017). *Proses dan Manfaat Teh*. <http://carano.pustaka.unand.ac.id/index.php/car/catalog/view/41/38/126-1>
- Anova, A. (2017). *Upaya Pt. Perkebunan Nusantara VIII Dalam Mengembangkan Ekspor Teh Hitam Ke Malaysia Alvianti*. 1–23.
- BPS Indonesia, S. I. (2023). Statistik Indonesia (Statistical Yearbook Of Indonesia). In *BPS-Statistik Indonesia* (Vol. 1101001). <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Dewi Anjarsari, I. R. (2016). Katekin teh Indonesia : prospek dan manfaatnya. *Kultivasi*, 15(2), 99–106. <https://doi.org/10.24198/kultivasi.v15i2.11871>
- Effendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei* (Revisi). LP3ES.
- FAO. (2012). Manual on Food Packaging. In *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. [https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/sap/docs/Food Packaging Manual.pdf](https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/sap/docs/Food_Packaging_Manual.pdf)
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–17.
- Khonit, A. M. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Merek Yotta Di Kelurahan Daya Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Maulidi, H. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Chocolate Changer di Kota Padang*.

Mixue Indonesia. (n.d.). *Mixue Indonesia* -. <https://mixue.co.id/>

Pramana, K. M. P., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 325–333. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61766>

Priyatno, D. (2009). *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis dan Uji Statistik*. Buku Kita.

Putri, A. A. (2023). *10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia*. Jatimnetwork.Com. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>

Putri, R. A., Pujiyanto, T., & Putri, S. H. (2021). *Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Milktea Oleh Mahasiswa Universitas Padjadjaran Di Jatinangor*. 5, 1095–1106.

Rahmatillah, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Esteh Indonesia Di Kota Padang* (Vol. 5, Issue 2). <http://joseta.faperta.unand.ac.id>

Ramanda, M. R., Nurjanah, S., & Widyasanti, A. (2021). Audit Energi Proses Pengolahan Teh Hitam (Ctc) Dengan Sistem Pengambilan Keputusan Metode Space. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung (Journal of Agricultural Engineering)*, 10(2), 183. <https://doi.org/10.23960/jtep-l.v10i2.183-192>

Rohdiana, D., & Al-ghifari, U. (2015). *Teh: Proses, Karakteristik & Komponen Fungsionalnya*. December.

Roscoe.1982. *Research Methods For Business*. Mc Graw Hill

Safardan, M. Y. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Kopi Di Coffee Shop Yang Menggunakan Bahan Baku Kopi Solok Radjo Di Kota Padang*.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen : Edisi Ketujuh* (7th ed.). PT Index.

Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (2nd ed.). Kencana Prenada.

Soekartiwi. (2001). *Pengantar Agroindustri* (2nd ed.). Raja Grafindo Persada.

Soraya, N. (2007). *Sehat dan Cantik Berkat Teh Hijau* (1st ed.). Penebar Plus.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Sugiyono*. Alfabeta.

Suliyanto, D. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS* (F. S. Suyantoro (ed.); 1st ed.). ANDI.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (R. Sikumbang (ed.); 2nd ed.). Ghalia Indonesia.

Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran. In *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*.

Syah, A. N. A. (2006). *Sehat Dengan Ramuan Tradisional Taklukkan Penyakit Dengan Teh Hijau* (1st ed.). Agromedia Pustaka.

Wulandari, W. Y. (2023). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Pada Masyarakat di Kabupaten Pamekasan*. <https://etheses.iainmadura.ac.id/5446/>

