

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D. (2022). *Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/indonesia-negara-paling-doyan-boba-di-asia-tenggara-2022-bw796>
- Ariantara, Y. (2013). *Manajemen Humas Sekolah* (p. 69). PT. Remaja Rosdakarya.
- Arief. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayu Media Publishing.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action* (Fourth). PWS-Kent Publishing Company.
- Asshiddiq, N. (2014). *Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (studi deskriptif kualitatif pada Gudeg Kaleng Bu Tjitro Yogyakarta)*.
- Budiawan, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (1), 8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah DIY. *Jurnal EBBANK*, 6(2), 33–54.
- Effendy, O. U. (2007). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. PT. Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (T. Surjaman (ed.); 29th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk Planning & Strategy*. Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui desai visual*. CV. Budi Utama.
- Hamdan. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl dalam Meningkatkan*

jumlah konsumen di kota Makassar.

Huriyati. (2008). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Universitas Sebelas Maret*.

Kartz, B. (1991). *Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional*. Sapdodadi.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi millenium*. Prenhalindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). *MANAJEMEN Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.

Liliweri. (2011). *Komunikasi : Serba ada serba makna*. Kencana.

Maghfiroh, A. Z. A. S. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(1), 132–140.

Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Mandar maju.

Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

Najla, N., Dewanthi, Y., & Permana, E. (2023). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia. *Journal Of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 3(2), 189–198.
<http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe/article/view/4099>

Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press.

Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.

Putriyani, D. (2017). Strategi Komunikasi Satuan Reserse Narkoba Polres Kabupaten Lahat dalam Memberantas Peredaran dan Penggunaan Narkoba di Kalangan Remaja di Kecamatan Lahat. *Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*, 22.

- Rahmat, J. (2000). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rasyad, R. (2002). *Metode Statistik Deskriptif Untuk Umum*. Grasindo.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Saskinanda. (2018). Strategi Komunikasi Relawan Anak Sumatera Selatan Dalam Mengubah Perilaku Anak Jalanan di Benteng Kuto Besak Palembang. *Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*, 25.
- Setiadi. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi, Cetakan Pertama*. Penerbit Kencana.
- Sheth, J. A. H. & J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable* (E. Pertama (ed.)). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Suryati. (2022). *Sejarah Mixue Sudah ada sejak 1997 di Tiongkok*. Tribun Lampung Travel.
- Sutarminingsih, C. L. (2004). *Peluang Usaha Nata de coco*. Kanisius.
- Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Suyanto. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi Offset.
- Syahputra, Y. A. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam menarik minat Konsumen pada PT RajaGrafindo Persada*.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*. CV. Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. ANDI.

Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. PT. Pustaka Utama.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo.

ARTIKEL WEB

Salam, Rudi.2021."Suka Eskrim? Mixue Kini Hadir di Makassar, Berikut Daftar

Menu dan Harganya"(https://makassar.tribunnews.com/2022.09/22/suka-es-krim-mixue-kini-hadir-di-makassar-berikut-daftar-menu-dan-harganya,

Diakses pada 24 Agustus 2023 pukul 19.14 WITA

Pahlevi, Reza 2022. "Pasar Boba Indonesia Terbesar di Asia Tenggara"

(https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/27pasar-boba-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara. Diakses pada 24 Agustus 2023 pukul 19.22 WITA

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

1. *Supervisor Mixue Ice Cream & Tea* di outlet Antang

Nama :

Usia :

Tempat Wawancara :

Waktu Wawancara :

2. *Staff Team Leader Mixue Ice Cream & Tea* di outlet Antang

Nama :

Usia :

Tempat Wawancara :

Waktu Wawancara :

3. *Konsumen Mixue Ice Cream & Tea* di outlet Antang

Nama :

Usia :

Tempat Wawancara :

Waktu Wawancara :

B. Gambaran Umum/Profil Perusahaan

a) Kapan outlet ini mulai resmi dibuka?

b) Apa visi misi yang dimiliki *Mixue Ice Cream & Tea*?

c) Berapa jumlah karyawan yang bekerja di *outlet* ini?

d) Bagaimana perkembangan penjualan di *outlet* ini setiap bulannya?

C. Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*)

1) *Product*

- a) Apa saja produk yang diproduksi di *Mixue Ice Cream & Tea*?
- b) Produk apa yang paling diminati oleh konsumen?
- c) Berapa produk yang terjual setiap bulannya?
- d) Apa arti dari logo *Mixue Ice Cream & Tea*?
- e) Apa arti dari nama *brand Mixue Ice Cream & Tea*?
- f) Bagaimana pengemasan produk pada *Mixue Ice Cream & Tea*?

2) *Price*

- a) Berapa kisaran harga produk yang ditawarkan di *Mixue Ice Cream & tea*?
- b) Apakah *Mixue* memberi potongan harga kepada konsumen untuk pembelian dengan jumlah tertentu?

3) *Place*

- a) Apa alasan memilih tempat di sini?
- b) Apakah *Mixue* memberi kenyamanan pada konsumen saat berkunjung?
- c) Bagaimana kondisi tata letak yang ada di *outlet* ini agar menarik perhatian konsumen untuk berkunjung?

4) *Promotion*

- a) Bagaimana *Mixue Ice Cream & Tea* mempromosikan produknya kepada konsumen?
- b) Strategi apa yang digunakan oleh *Mixue Ice Cream & Tea* agar dapat terus bersaing dengan *brand* lain?
- c) Siapa saja target pasar dari *Mixue Ice Cream & Tea*?
- d) Melalui media apakah *Mixue Ice Cream & Tea* melakukan promosi?

D. Penerapan *Intergrated Marketing Communication* (IMC)

- a) Bagaimana cara *Mixue Ice Cream & Tea* melakukan Periklanan dalam meningkatkan minat beli konsumen?
- b) Bagaimana cara *Mixue Ice Cream & Tea* melakukan *Sales Promotion* dalam meningkatkan minat beli konsumen?
- c) Bagaimana cara *Mixue Ice Cream & Tea* melakukan *Personal Selling* dalam meningkatkan minat beli konsumen?
- d) Bagaimana cara *Mixue Ice Cream & Tea* melakukan *Direct Marketing* dalam meningkatkan minat beli konsumen?

E. Hambatan

- a) Apa hambatan yang dihadapi oleh *Mixue Ice Cream & Tea* dalam meningkatkan minat beli konsumen?
- b) Bagaimana cara *Mixue Ice Cream & Tea* mengatasi hambatan tersebut?

F. Konsumen

- a) Dari mana anda mengetahui tentang *Mixue Ice Cream & Tea*?
- b) Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk *Mixue Ice Cream & Tea*?
- c) Sudah berapa kali anda berkunjung ke *Mixue Ice Cream & Tea*?
- d) Produk apa yang paling anda sukai?
- e) Apakah anda akan berkunjung lagi ke *Mixue Ice Cream & Tea*?

Lampiran 2. Dokumentasi





(Wawancara dengan Anov Supervisor Mixue Antang)



(wawancara dengan Rifki *Staff Leader Mixue Antang*)



(wawancara dengan wani salah satu konsumen di *Mixue Antang*)



(Wawancara dengan Dila salah satu konsumen di *Mixue Antang*)