

## REFERENCES

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015) *Manajemen Strategi Pemasaran*, CV.Pustaka Setia, Bandung.
- Abdussamad, zuchri. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*, Syakir Media pers.
- Ali Hasan. (2014) *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, cetakan 1*, CAPS, Yogyakarta.
- Alma, Buchari. (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, S. (2013) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. (2013) *Manajemen Pemasaran*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Fawzi, dkk (2021) *Strategi Pemasaran*, Pascal Books, Banten.
- Franchise. (n.d). MXBC-Since 1997 Ice Cream and Tea Chain. Accessed 13 november 2023. Available from: <https://en.mxbc.com/cooperation>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014) *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan 2) oleh Alexander Sindoro, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ dan Keller, Kevin Lane. (2016) *A framework for marketing management*, sixth edition, global edition. England: Pearson.
- Kurniawan, A. W., and Puspitaningtyas, Z. (2016) *Metode Penelitian Kualitatif*, Pandiva Buku, Yogyakarta.
- Menu Mixue. (n.d.). mixue since 1997 Ice Cream & Tea. Mixue.co. Accessed 29 may 2023. Available from: <https://mixue.co/TanpaPenulis>
- Moleong, L. J. (2017) *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Musonera, E. (2021) Strategic Marketing Case Analysis: Starbucks, *Journal of Business and Social Science Review*, 2(11), 12-22.
- Pahlevi, R. (2022) Mixue Memiliki Jejaring Boba Terbanyak di Asia Tenggara. Databoks.
- Rahman, D. F. (2022) Profil Mixue, Perusahaan Es Krim dan The Tiongkok yang Aktif Ekspansi. Katadata.Co.Id
- Romadhona, P. H. (2022) Marketing Strategy for Spotless. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4299-4314.

- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran*, cetakan 1, CV. Sah Media, Makassar.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suhairi, S., Wahdini, R., Nasution, D. A., Mustafaruddin, M., & Yahya, M. (2022) Analisis Strategi Pemasaran Produk Kopiko PT Mayora Indah dalam Memasuki dan Bersaing di Pasar Global. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 3712-3721.
- Suryati, A. (2022) Sejarah Mixue Sudah Ada Sejak 1997 di Tiongkok. *Tribun Lampung Travel*.
- Syarifudin, dkk (2022) *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*, CV. Istana Agency, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2020) *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). Marketing Strategy Analysis to Increase Sales of Square Coffee Shop Drinks in Bandar Lampung City. *SINOMIKA Journal: Scientific Publications in Economics and Accounting*, 1(3), 309-320.
- Yuliyanti, dkk (2019) *Manajemen Pemasaran*, Deepublish, Yogyakarta.
- Zhao, J. (2022) Marketing Strategy and the US Market Based on the Performances of Existing Chinese Milk Tea Brands. *Highlights in Business, Economics and Management*, 2, 289-296.