

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Karimuddin dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022).
- Abdullah, Ma'ruf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).
- Ath-Thawil, Ahmad, *Syubhat Membuat Galau*, (Solo: Tinta Medina, 2018).
- Duli, Nikolaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sleman: Penerbit Deepublish, 2019).
- Fakhrudin, Arif, dkk. *Bauran Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2022)
- Harjadi, Didik dan Iqbal Arraniri, *Experiental Marketing dan Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (Cirebon: Penerbit Insania, 2021).
- Hartini, dkk. *Manajemen Pemasaran* (Era Revolusi Industri 4.0), (Jawa Barat: CV MEDIA SAINS INDONESIA, 2022)
- Hendriyani, Eka, dkk. *Manajemen Pemasaran*, (Jawa Barat: CV MEDIA SAINS INDONESIA, 2021)
- Hermawan, Hendri A. dkk, *Perkembangan Industri Halal di Indonesia* (Pekalongan: Scientist Publishing, 2022).
- Indrasari, Meithiana, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019).
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),
- Kurniawan, Gorgi, *Perilaku Konsumen (Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E Commerce)*, (Mitra Abisatya, 2020).
- Melati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021).
- P. Kotler, *Marketing Manajemen 15th Edition*. 15. (2015).
- Priadana, M. Sidik, dan Denok Sunarsi, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Pascal Book).

Rachmawati, Erny, dkk. *Peran Kesadaran Merek Halal Pada Perilaku Konsumen* (Purwokerto: UMP Press, 2019).

Rifa'i, Khamdan, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, (Jember: Zifatama Publisher, 2019).

Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021)

Suryati, Lili, *Manajemen Pemasaran (Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015).

Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2000).

Ulfah Ainun H, *Apa sih, Strategi Pemasaran itu?* (Pustaka Taman Ilmu).

Jurnal / Skripsi

Arifin, dkk. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang), *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 3 No. 2 (2022)

A. Muhammad Syafiq, “Analisis Pengaruh *viral marketing*, dan *brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020).

Ernestivita, Gesty, “Analisis Pengaruh Palce, Promotion dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Equity Brokerage di PT SucorinversCentral Gani Cabang Kediri”, *Jurnal NUSAMBA*, Vol. 1 No. 2 (2016)

Fahmi Yusuf, dkk, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Repurchase Intention Pada E-Marketplace Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model (ECM)*, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Vol. 12, No. 1 (Maret: 2023).

Hasan, Sofian KN, “Kepastian Hukum Sertifikasi dan labelisasi Halal Produk Pangan,” *Jurnal Dinamika Hukum* 2 (2014).

Husna, Anisa'ul dan Imron Rosyadi, “Pengaruh harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue Ice Cream & Tea”, (Skripsi Thesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2023).

- Islami, Faradila, “Pengaruh Strategi Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Havana Online Shop Sidoarjo”.
- Muna, Naelul L, “Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Mixue Purwokerto (Studi Kasus Pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2023).
- Nur B. Alima Dan Atik Lusua, “Pengaruh Strategi Marketing Mix (4P) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukaharjo)”, Jurnal Sinar Manajemen, Vol. 10 No. 02 (2023).
- Nurcholifah, Ita “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah” Jurnal Of Islamic Studies, Vol. 4 No. 1 (2014)
- Ratna, Sahri S., “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Mixue Ice Cream & Tea Cabang Pejangik”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2023).
- Sa’adah, Ullaya, “Pengaruh Lebel Halal, Harga, Citra Merek, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Ice Cream Mixue di Kota Semarang)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo Semarang, 2023).
- Tamzil, Adil Musty dkk “Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, dan *Price* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Greenlight Bandung” Syntax Idea, Vol. 3, No. 7, (Juli 2021), Universitas Kristen Marnatha.
- Tampi, dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada PT. Suluh Jaya Abadi”, Jurnal EMBA, Vol. 11 No. 3 (2023)
- Viana, Kristyani Okta dan Naning Kristiyana “Pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Experience*, dan *Brand Image* terhadap Niat Pembelian Ulang” (Survei Pada Konsumen Skincare Scarlett Whitening Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo), Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Vol. 10, No. 2 (2022).
- Wardiman, Ivan Gordan, “Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” Jurnal Value, Vol. 17 No. 2 (2022)
- Yeni, Ni Putu *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan dan Aplikasi*, (Bali, 2020).

Z. Irsad, “Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion dan Place) Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA” (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur)”. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010).

Website

Ina, Riska dan Aprilia Ika, “Mixue Dapat Halal MUI, Berlaku Untuk Semua Outlet dan Menu” <https://money.kompas.com/read/2023/02/17/080000826/mixue-dapat-fatwa-halal-mui-berlaku-untuk-semua-outlet-dan-menu>. *Kompas*. Diakses pada 20 Februari 2024 Pukul 23.54 WIB.

Nuonline, “Al-Baqarah . Ayat 168” <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168> di akses pada tanggal 15 Juni 2024 Pukul 10.35 WIB.

Nuonline, “An Nisa. Ayat 29” <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29> di akses pada tanggal 15 Juni 2024 Pukul 13.20 WIB.

Nuonline, “Al-Maidah. Ayat 3” <https://quran.nu.or.id/al-maidah/3> di akses pada tanggal 15 Juni 2024 Pukul 13.45 WIB.

Nuonline, “Arrum. Ayat 39” <https://quran.nu.or.id/ar-rum/39> di akses pada tanggal 15 Juni 2024 Pukul 14.18 WIB.

Nuonline, “Al-An’am. Ayat 143” <https://quran.nu.or.id/al-an'am/143> di akses pada tanggal 15 Juni 2024 Pukul 14.20 WIB.

Melrose, “Cara Pengucapan Mixue Dengan Benar” <https://vt.tiktok.com/ZSLrcMg8M/>, *Tik Tok*. Diakses pada tanggal 22 Juni 2023 Pukul 12.42 WIB.