

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Nu Online*. (2023). Nu Online. <https://quran.nu.or.id/>
- Anugrah, K., Simanjorang, R. C., Hutabarat, A. R. H., Pakpahan, R. J., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 442. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.269>
- Apriliani, P., Tikawati, T., & Fadhilah, N. (2021). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Kentucky Fried Chicken (KFC) Purchase Decisions. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 202–218. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.21>
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- B.Prabu. (2022). Waralaba Pilihan Indonesia: Teh Poci, Mafia Gedang, Mixue dan SPBU Pertamina. *Universitas Bina Nusantara*, 3. [file:///C:/Users/emdie/Downloads/Achmad Prabu Riza Baihaqi - Waralaba Pilihan Indonesia Teh Poci, Mafia Gedang, Mixue dan SPBU Pertamina \(1\).pdf](file:///C:/Users/emdie/Downloads/Achmad Prabu Riza Baihaqi - Waralaba Pilihan Indonesia Teh Poci, Mafia Gedang, Mixue dan SPBU Pertamina (1).pdf)
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Bayu, D. (2022). *No Title*. Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam.
- Budiasih, Y., & Amani, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Terdaftar DI BEI Tahun 2013-2017. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1), 74–85. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/192/165>
- Burhan, A. (2017). *Strategi Penyuluhan Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal*.

- Chandra, E. (2016). Hubungan Direct Marketing dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Pie Elis. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1*, 414–423.
- Dwi, O., Lestari, P., & Handayani, T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunslik Black Shine Melalui Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal UPN Veteran Jakarta, Vol.3&No.2*, 105–114.
- Elisa, Z. P., Nasir, A. M., & Mustaqim, H. (2023). The Effect of Direct Marketing and Word of Mouth on Purchase Decisions in CV New Master. *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology, 03(03)*, 51–62.
- Ervandi, M. Z., & Nainggolan, R. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Performa, 6(2)*, 152–161. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2075>
- Fadilah, T. N., Purwanto, & Alfianto, A. N. (2020). Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 18(1)*, 1–10. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i1.1-10>
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research, 2(2)*, 68–78.
- Guntur, A., Maleha, N. Y., & Satria, C. (2021). Pengaruh Pemasaran dan Kualitas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Pada Masyarakat Kalidoni (Studi Kasus Pt . Kurnia Tunggal Nugraha Cabang Kalidoni Palembang). *Jimesha, 1*, 135–140.
- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (Ed.); Cetakan I.). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Ismaulina, & Maisyarah. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe). *Mana Jerial, 12(2)*, 185. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Jony Ardianto. (2020). *177 Problem Solving tentang Membidik Konsumen*.

NOKTAH.

- Junaidi, R., Susanti, F., Tinggi, S., Eknomi, I., & Kbp, ". (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Uptd Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Informasi*, 2(3), 13.
- Katadata. (2021). *No Title*. Mixue Memiliki Jejaring Boba Terbanyak Di Asia Tenggara. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.,). Pearson Education.
- Kurniawan, H. (2022). The Effect Of Marketing Mix, Brand Image, Halal Label, And Word Of Mouth On Syrup Purchase Decisions At Cafés In Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 71–77. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.3018>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Muizzudin, & Kisti, S. A. (2020). Pengaruh sertifikasi halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman teh botol sosro. *Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(2), 137–151.
- Mutiara, I., & Syahputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Kembelian pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 148–160.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga,

- Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 4(1), 73–86.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawan, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 145.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
<https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>
- Prastya, Y., & Suryadi. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Korea pada Konsumen di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(1), 1–11.
- Putri, A. A. (2023). *10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia*. Data.Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>
- Rumnah, R., Hamidah, H., & Marsiah, M. (2022). Makanan Dan Minuman Yang Baik Dan Halal Menurut Islam. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(3),

223–231. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v2i3.1452>

- Saleh, M. S., & Malinta, S. S. (2020). Survei Minat Belajar Siswa Dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani Di Smpn 30 Makassar. *Kinestetik*, 4(1), 55–62. <https://doi.org/10.33369/jk.v4i1.10347>
- Segati, A. (2014). *Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan ahda segati*.
- Setyarini, A. (2020). Analisis Pengaruh CAR, NPL, NIM, BOPO, LDR terhadap ROA (Studi Pada Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia Periode 2015-2018). *Research Fair Unisri*, 4(1), 282–290. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3409>
- Setyawan, S. A., Hidayah, S., & Zainurossalamia, S. (2023). The Influence of Direct Marketing , Digital Marketing , and Instagram Celebrity Support on Purchase Decisions in Samarinda City , Indonesia. *Journal of Madani Society*, 2(April), 26–33.
- Sinambela, L. P. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Graha Ilmu*.
- Sinambela, P. L. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Monalisa (Ed.); Cetakan ke). PT Rajagrafindo Persada.
- Soleha, H. A., & Halim, P. A. (2021). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Soreang. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 439–448. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.683>
- Sri, K., & Jalil, A. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(Juni), 23.
- Sumartik, Indayani, L., & Jannah, Z. (2019). The Influence of Halal Labelization, Brand Image and Product Quality Towards Consumer Purchase Decisions of Wardah Cosmetic Product. *KnE Social Sciences*, 2019, 13–21. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5355>

- Sutrisno, Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, I., Alamsyah Putra, S., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 571–578. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Tjiptono, & Fandy. (2019). Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Andi Offset.
- Yulia, Lady. (2015). Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–162.