

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, F. (2019). The Influence Of Taste and Product Quality to Purchasing Decisions and Customer Satisfaction. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 106–110. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.31>
- Anggraini, I., & Dewanti, D. S. (2020). The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.18196/jerss.040116>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (PT Inovasi Pratama Internasional. (ed.)).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 379. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1192>
- dataindonesia.id. (2023). *PDB Industri Makanan dan Minuman*. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>

- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Liquidity*, 10(2), 147–160. <https://doi.org/10.32546/lq.v10i2.1038>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, Lingkungan dan Pembelian Green Product Pada Konsumen Generasi Z. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1), 57–70.
- Fitriani Latief, B. U. I. G. F. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 76–92. [http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/44653%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/44653/4/BAB II FIX.pdf](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/44653%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/44653/4/BAB%20II%20FIX.pdf)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*.
- Ginting, R., & Wijaya, N. (2022). Survei Pasar Pengguna Alat Bantu Jalan Kruk Tambahan Kursi (Foldable Walking Stick) *TALENTA Conference Series Survei Pasar Pengguna Alat Bantu Jalan Kruk Tambahan Kursi (Foldable Walking Stick)*. 5(2). <https://doi.org/10.32734/ee.v5i2.1636>
- Goodstats.id. (2023). *Statistik Boba Asia Tenggara*. <https://goodstats.id/article/statistik-boba-asia-tenggara-C17xW>
- Grab.com. (2019). *Persentase pertumbuhan bubble tea pada tahun 2018*. <https://www.grab.com/id/press/tech-product/demam-bubble-tea-di-grabfood/>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon

- Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hadi, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur. *At-Tauzi': Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 131–142.
<http://www.jurnalhamfara.ac.id/index.php/attaazi/article/view/17/14>
- halalmui.org. (2023). *Sertifikat Halal Produk*. <https://halalmui.org/search-product/>
- Harisah, & Almasunyah, A. (2023). *Analisa Status Halal Produk UMKM Perspektif Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standardisasi Fatwa Halal*. 2(Januari-Juni), 92–115.
- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212.
<http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>
- Ilman, S. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal MUI Pada Produk J. CO DONUTS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *JIKEM: Jurnal Ilmu ...*, 2(1), 111–120.
<https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/2843/816>
- Izzudin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Jakarta.bps.go.id. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jawa) 2020-2022*.
<https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/844/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-%0Adan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Komala, R. D., & Nellyaningsih, Dra., M. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Astra BIZ Center Bandung Pada

- Tahun 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)* (Firmansyah (ed.)). MA Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).
- Mbv-group.com. (2023). *Dokumentasi Produk Xi Boba*. <https://www.mbv-group.com/xiboba>
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143–149.
- Muizzudin, M., & Kisty, S. A. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Islamic Village). *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(2), 137–151. <https://doi.org/10.47903/ji.v10i2.132>
- Mursidah, I., & Fartini, A. (2023). Strategi Mengembangkan Gaya Hidup Halal di Banten: Pengembangan Industri Produk Halal dan Kesadaran Bersyariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 893–904. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7656>
- Najmudin, N., & Syihabudin, S. (2022). Religiosity and Halal Certification: Its Effect on Interest in Buying Traditional Food. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 79. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.2994>
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Purchase Intention. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–46.

<https://doi.org/10.37058/jes.v6i2.3897>

- Palupi, O. A., & Putri, E. B. P. (2022). Relationship of halal awareness, selection of menu variation and nutrition knowledge with purchase decisions: a study on Chatime consumers in Surabaya. *Journal of Halal Research, Policy and Industry, 1*(1), 1–12.
- Pradina, I., & Rohim, A. (2022). the Effect of Halal Label Product Quality and. *International Journal of Business Reflections, 3*, 172–199.
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi, 10*(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- review.bukalapak.com. (2022). *15 Rekomendasi Gerai Es Boba dan Bubble Tea Brown Sugar Enak di Jakarta*. Review.Bukalapak.Com. <https://review.bukalapak.com/travel/bubble-tea-brown-sugar-di-jakarta-108730>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan, 16*(4), 1521. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam, 4*(1), 21–37. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal Economics and Management, 2*(01), 19–27.

- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Setyaningsih, & Marwansyah. (2019). The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65–79.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Sudjana. (2017). *Metode Statistika*. PT Taristo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>
- Ula, R., Fauzi, A., Intan, Z., Permata, D., & Setiawan, H. (2023). The Influence Of Taste And Product Variance On Purchase Decision Of Mie Gacoan Madiun. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science AJMESC*, 03(03), 1072–1088. <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc%0Ahttps://doaj.org/article/a0ca661e90a54f50927eb9604f58f4e2>
- Ummah, A. C. (2020). *Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli (Studi Masyarakat Muslim Dikota Metro)*. July, 1–23.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>

- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yetty, F., & Priyatno, P. D. (2021). Literasi Gerakan Gaya Hidup Halal Di Pondok Pesantren Al-Jadid Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, Banten. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–24. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.906>
- Yuleha, R. E., & Adiyanto, M. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Halal Awareness Pelaku Usaha Pangan Di Pulau Madura. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 274–281. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1259>