

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Kerberkahan Bisnis*. Penerbit Insania. <https://books.google.co.id/books?id=AmVYEAAAQBAJ>
- Agung Nedian Saputra, T. B. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Harga, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Surya Bakery*. 2(April), 80–85.
- Ananda, T. (2021). *Pengaruh Religuitas Sertifikasi Halal Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Konsumen Es Krim Walls*
http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/24729%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/24729/1/30401612416_fullpdf.pdf
- Anggraini, T. (2018). Proses dan Manfaat Teh. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Anggreni, L. (2023). *Analisis pengaruh desain kemasan produk, desain interior, brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk mixue ringkasan skripsi*.
- at'atul Ainiyah, Fadhilatul Mutamimah, Reza Syah Fahlevi, Henny Saraswati, B. H. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang). *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9–25.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- 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>
- Dr. dr. Agustinus Johanes Djohan, MM, F. (2021). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Engel. (2002). Pemasaran Produk dan Merek. In *CV Penerbit Qiara Media* (Issue August, p. 336).
- Fahrurrozi, M., & Fahrurrozi, M. *EKONOMI SYARIAH (Pendekatan Historis dan Teoritis)*.
- Fitriyani, I., & Ulya, A. U. (2023). *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea Di Kota* [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6233/1/Naskah Skripsi Indiyah Fitriyani.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6233/1/Naskah_Skripsi_Indiyah_Fitriyani.pdf)

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*.
- H. Ahmad Wardi Muslich. (2022). *Fiqh Muamalat*. AMZAH.
<https://books.google.co.id/books?id=ssNoDwAAQBAJ>
- Husnah, A. (2023). *Pengaruh Harga, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue Ice Cream & Tea*. 1–12.
- Izzah, C. N. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012). Semarang University Press.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiyati, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). 2022_Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue. *Green Economy Strategi Menghadapi Krisis Global 2023*, 1, 1–16.
- Kurniawan, kevin J., Reynaldo Wahyudi, & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sealantwax di Surabaya. *JRIME: JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 1(2).
- 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>
- MIXUE. (n.d.). <https://mixue.co/>
- Mulyaningrum, M., & Alghifari, E. S. (2018). Perilaku Masyarakat Sunda Muslim Dalam Mengonsumsi Produk Halal Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 34. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v11i1.870>
- Nur Kholidah, M. A. (n.d.). *Faktor - Faktor Pengambilan Keputusan PEMB*. Penerbit NEM.
- Pandjaitan, D. R. H., & Fihartini, Y. (2016). *Pengantar Bisnis* (p. 165). http://repository.lppm.unila.ac.id/2424/3/ISBN_BUKU_AJAR_PENGABIS_2016.pdf
- Rudi Setiawan. (2019). *Cara Mudah Mendapatkan Pasar Ekspor Agri*. https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Mudah_Mendapatkan_Pasar_Ekspor_Agri/ExS_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sari, D. Y., Sasongko, & Julianto, D. E. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Reputasi Perusahaan , Atribut Produk , Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli

Ulang Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Pujasera Jl . PB . Sudirman Jember). *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*.

Saryanto, S.Pd.T.,M.Pd., G. (n.d.). *Produk_Kreatif_dan_Kewirausahaan_Teknik* (tim grasindo (Ed.)). PT. Gramedia widiasarna indonesia.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.); 3rd ed.). Alfabeta.

Sunarharum, W. B., Fibrianto, K., Yuwono, S. S., & Nur, M. (2019). *Sains Kopi Indonesia*.
https://www.google.co.id/books/edition/Sains_Kopi_Indonesia/S7_RDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sains+kopi+indonesia&printsec=frontcover

Usop, D. S. (2013). Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Penyusaian Diri Pada Remaja. *Anterior Jurnal, Volume 13 Nomor 1, 13*, 52–55.

Wahyuni, Y., Ramlah, R., Sappeami, S., Ristiyana, R., Wisandani, I., Sufyati, H. S., ... & Nurmukmin, M. (2022). *Keuangan Syariah (Konsep, Prinsip dan Implementasi)*.