

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Agus, W. (2018). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews* (Edisi Keli). UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Akbar, M. A., Khotimah, K., Pasolo, F., & Adam, I. (2019). *ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( e-WOM ) PENGARUHNYA TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND IMAGE PADA SMARTPHONE XIAOMI ( Studi Pada Mahasiswa di Kota Jayapura )*. 938–954.
- Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anang Firmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications* (Edisi 10). Cengage Learning.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Ashari, A. Al, Caropeboka, R. M., Misnawati, D., & Bastian. (2022). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Kain Jumputan Gambo Musi Banyuasin*. 23(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.19109/wardah.v23i1.12946>
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarsono, A., & Dkk. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- 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>
- Candra, V., Simarmata, N., Mahyuddin, Purba, B., Purba, S., Chaerul, M., & Hasibuan, A., Siregar, T., Sisca, Karwanto, Romindo, & J. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Andy.
- Fandy Tjiptono., A. D. (2020). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Andi.
- Faqih, A. S., & Makhtum, A. (2021). *Analisis respon pelaku usaha warung makan terhadap kewajiban sertifikasi halal di kabupaten pamekasan*. 75–84.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Griffin. (2013). *Perilaku Organisasi Manajemen*. Salemba Empat.
- Hamdani, A. (2021). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap*

*Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken ( KFC ). 17, 198–212.*

- Harum, J. R., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2021). *PENGARUH PERMISSION EMAIL MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION DAN DAMPAKNYA PADA PURCHASE DECISION ( Survei Pada Customer Lazada Indonesia ). 1.* <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.2>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8 Ce)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jalil, F. A., & Kasnelly, S. (2020). *MENINGKATNYA ANGKA PENGANGGURAN DITENGAH PANDEMI (COVID-19)*. 2(Desember 2019), 45–60.
- Khaerunnisa, S., & Ramantoko, G. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth ( eWOM ) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Cirebon Di Tokopedia The Effect Of Electronic Word Of Mouth ( eWOM ) On Purchase Decisions Of The Cirebon Community In Tokopedia*. 9(5), 2857–2866.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J)*. PT Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Bisnis di Indonesia (Edisi 2)*. Mitra Wacana Media.
- Liyono, A. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE , ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( E- WOM ) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM GALON CRYSTALLINE PADA PT. PANCARAN KASIH ABADI*. 3(1), 73–91.
- Mahdalena, D., Nasution, A. W., & Harahap, A. F. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan Melalui Gofood*. 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.833>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Deepublish.
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023). *Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Instagram, Electronic Word of Mouth dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc di Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, 11(1), 193–203.

- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nanditiya Lintang Sari. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pengguna Samsung di Jakarta Timur)*. Universitas Darma Persada
- Nurdin, M. S., & Rahman, Y. (2021). *Sertifikasi Produk Halal oleh BPJPH DIY dengan Pendekatan Ekonomi Politik Perspektif Maqasid Syariah*. 9, 199–216. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v9i1.9783>
- Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee and Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282–297. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4122>
- Pamartaningtyas, M. M. A. S., & Mia, M. (2021). *SOCIAL MEDIA MARKETING , LIFESTYLE , DAN BRAND AWARENESS : PENGARUHNYA PADA PURCHASE DECISION KOPI NEIRA DI SURABAYA*. 10(2), 83–91.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 137–138.
- Purba, F. A., & Susilowati, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 373–386. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.116>
- Ramadani, M. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone*. 1(2), 36–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Ridwan, P. P. (2023). g. 1 Januari. <https://goodstats.id/article/statistik-boba-asia-tenggara-C17xW>
- Salomon, M. R. (2017). *Perilaku konsumen: membeli, memiliki, dan menjadi* (12th ed.). Pearson Education Limited.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). *The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products*. 3(1), 64–79.
- Singgih, S. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. PT Alex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*.

Alfabeta.

Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.

Tamara, A. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*. Universitas Islam Negeri.

Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND LOVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE NATURE REPUBLIC DI TUNJUNGAN PLAZA*. 10(1), 1583–1590.

Triyono, W., & Aris. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

Wiludjeng, S., & Purwaningdyah, S. (2019). *Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian*. 19(November), 73–80.

**Website:**

<https://goodstats.id/article/statistik-boba-asia-tenggara-C17xW> (Diakses pada tanggal 18 Oktober 2023)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah> (Diakses pada tanggal 18 Oktober 2023)

<https://medium.com/@mtiinsights/mixue-kok-bisa-viral-banget-b10be2c8d210> (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023)

<https://instagram.com/mixueindonesia> (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023)

<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi> (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023)