

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Kurrota, S., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Scarlett Whitening Body Lotion. *Jurnal of Digital Business and Management*, 2(1), 44–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i1.278>
- Alam, I. K., & Sarpan. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Jurnal Ekonomika*, 6(2), 284–291.
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer ( Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 11–24.
- Aliyah, L. N., Imron, A., Sabrina, N. P., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). *IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Wardah di Kalangan Muslimah*. 1, 373–386.
- Amrullah, A., Novieta, I. D., & Rasbawati. (2020). Pengaruh Penambahan Agar-Agar Sebagai Bahan Pengental dengan Konsentrasi Yang Berbeda Terhadap Kualitas Daya Leleh dan Nilai Organoleptik Es Krim. *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan*, 6, 93–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jiip.v6i2.18314>
- Anam, M. K., Saifuddin, & Wulandari, A. (2023). Penerapan sertifikasi halal mui dan edukasi jaminan produk halal pada bubuk kopi arabica di pokmas walida desa tlogosari kecamatan sumbermalang kabupaten situbondo. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(11), 3565–3578.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62–75.
- ArifinDjakasaputra, Juliana, BungaAditi, Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Purchase Intention Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/internationaljourn>
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Asriah, & Dewi. (2018). Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Perilaku

- Pembelian Produk di Masyarakat. *Jurnal Riset Bisnis Syariah Dan Manajemen*, 17. Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 1–9.
- Ayuningtyas, F. (2019). The Power of Word of Mouth to Establish Brand Positioning ( A Case Study of the House of Raminten as a Modern Style of Angkringan Traditional in Yogyakarta , Indonesia ). *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, 27(2), 1325–1337.
- Budiaji, W. (2018). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*. Salemba Empat. <https://doi.org/10.31227/osf.io/k7bgy>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta ( Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee ). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5, 19–25.
- Corrie, R. (2023). *Lokasi Mixue di Batam Beserta Alamat Lengkapnya*. Sudutbatam.Com. <https://batam.pikiran-rakyat.com/batam/pr-2306238716/6-lokasi-mixue-di-batam-beserta-alamat-lengkapnya>
- Hadani, A. L. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang). *Indonesian Journal of Marketing Science*, VIII(3), 241–275. <https://doi.org/10.14710/jspi.v8i3.241-275>
- Hamin, M., Sufi, I., Konadi, W., & Akmal, Y. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25* (J. Iddris (ed.)). CV. Sefa Bumi Persada.
- Handayani, T., & Resti, A. A. (2022). Persepsi Generasi Milenial dalam Memilih Produk Bersertifikat Halal di Jakarta. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5 No 1, 57–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.533>
- Hasibuan, E. J., Simanjorang, E. F. S., & Helvi, B. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 202–216. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/insight.17.2.202-216>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019a). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019b). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3 (No 1), 40–52.
- IDX.CHANEL.COM. (2023). Berapa Jumlah Gerai Mixue Di Indonesia? Franchise Es Krim Yang Kini Menjamur. *IDX Channel*.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada pengguna E-commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 6, 156–167.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan,

- Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(16), 156–167.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru ( Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ). *Jurnal Valuta V*, 4(1), 71–85.
- Kasih<sup>1</sup>, A. T., Dewi<sup>2</sup>, N. A. S., Budiwati<sup>3</sup>, K., Puspa, A., Damayanti<sup>4</sup>, & Vika Fatkhiatul Khasanah<sup>5</sup>. (2023). Pengaruh kemasan, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen mixue. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper STIE*, 1, 1–16.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mounth Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendikia.
- Lestari, M., Parakkasi, I., & Katman, M. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM terhadap Minat Beli Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(3), 1160–1174.
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea Di Kota Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management & Accounting through Research & Technology*, 2 (No2), 35–46.
- Najla, Dewanthi, Y., & Permana, E. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia. *Journal of Business Finance and Economic*, 3(2), 1–10.  
<https://doi.org/https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Patty, A. D. K., & Kairupan, D. J. I. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi Online, Pengalaman Konsumen, Variasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Mixue Yogyakarta. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 35(3), 187–198.
- Peburiyanti, D. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 08(01), 31–41.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal*, 7, 104–113. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i1>
- Risnawati, N., & Jaya, U. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Di Baso Aci. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 419–429.
- Risnawati<sup>1</sup>, N., & Jaya, U. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Di Baso Aci. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2 No 5, 419–429.
- Rohman, I. Z., & Naufaldi, F. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60.

- Rubiani, L., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mandiri Apolindo Perkasa. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5, 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3>
- Ruswanti, E., Kusumawati, M. D., & Ef, A. R. Y. (2020). Word of mouth, trust, satisfaction and effect of repurchase intention to Batavia hospital in west Jakarta, Indonesia. *Management Science Letters*, 10, 265–270. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.9.006>
- Sasongko, T., Askianto, M., & Yuniarti. (2023). Pengaruh harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada anvibi cafe malang. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 11(1), 45–53.
- Stephanie, Syawaluddin, Putra, A., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth dan Customer Relationship Management Terhadap Minat Beli Ulang PT. Hasana Makmur Sejati Jaya Medan. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 944–950. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.574>
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *Jurnal Papatung*, 1(2), 10–25.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D* (4th ed.). Salemba Empat.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis : untuk skripsi, tesis, dan disertasi* (A. Cristian (ed.)).
- Sundari, A., & Hidayat, T. (2020). Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Berkah Jaya Medan. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 114–124.
- Supriyatni, R., Deviana, & Lita, H. N. (2022). *Pengakuan Sertifikasi Halal Secara Internasional* (M. H. Dr. Zulham, S.HI. (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.
- Ummah, A. C., & Moh. Bahrudin, S. H. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3215>