

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman, Sambas Ali Muhidin, dan Ating Somantri. Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Adabi, Nadhril. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok.” *Jurnal Manajemen* 12 (2020).
- Adel Andila Putri. “10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia.” *GoodStats* (blog), 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue-terbanyak-di-indonesia-yfFmV>.
- Adel Andila Putri. “Mixue Memiliki Jejaring Boba Terbanyak di Asia Tenggara.” *Databoks* (blog). Diakses 18 Desember 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara>.
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (dilengkapi Aplikasi SPSS dan E-views. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Agustina, Yuli, Heri Pratikto, Madziatul Churiyah, dan Buyung Adi Dharma. “Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM).” *Jurnal Graha Pengabdian* 1, no. 2 (30 November 2019): 139–50. <https://doi.org/10.17977/um078v1i22019p139-150>.
- Alfath Adi Saputra dan Jaharuddin. “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, no. 4 (12 Juni 2022): 1521. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>.
- Aliyusna, Widia, Rafidah, dan GWI Awal Habibah. “Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake’ Jambi.” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11, no. 2 (2022).
- Aliyusna, Widia, Rafidah, dan GWI Awal Habibah.. “Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake’ Jambi.” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11, no. 2 (Desember 2022).
- Al-teinaz, Yunes Ramadan, dan Hani Mansour M Al-mazeedi. “Halal Certification and International Halal Standards,” 2020, 227–51.
- Amalia, Adhimurti Citra, dan Gabriella Sagita. “Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian

- Konsumen Generasi Z Di Kota Surabaya.” JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial 20, no. 2 (27 November 2019): 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>.
- Amin, Amirudin M, dan Johansen. “Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Kopi Kapal Api di Kota Pekanbaru.” INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi 3, no. 1 (2022): 89–107.
- Amin, Amirudin M., dan Johansen. “Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Kopi Kapal Api di Kota Pekanbaru.” INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi 3, no. 1 (2022).
- Asep Hermawan. Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif. Jakarta: Gasindo, 2005.
- Auliandri, Tuwanku Aria, Atik Purmiyati, Musta’in, Andhy Setyawan, Gebrina Ayu Pramesti, dan Gebrina Ayu Nastiti. “Manfaat Penggunaan Teknologi Pada UMKM dalam Penguatan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemi Covid-19.” INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 05, no. 3 (2022): 415–31.
- Azizah, Hanifah Ambar, Heru Irianto, dan Erlyna Wida Riptanti. “Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt Cimory di Surakarta.” Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis 6, no. 2 (2022): 469–81.
- Azizah, Hanifah Ambar, Heru Irianto, dan Erlyna Wida Riptanti. “Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt Cimory di Surakarta.” Jurnal E-Bis 6, no. 2 (21 Oktober 2022): 469–81. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.955>.
- Barreda, Albert A, Khaldoon Nusair, Youcheng Wang and Fevzi Okumus, dan Anil Bilgihan. “The Impact of Social Media Activities on Brand Image and Emotional Attachment a Case in the Travel Context” 11, no. 1 (2020): 109–35. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2018-0016>.
- Buchari Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Burhanuddin. Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal. Malang: UIN Maliki Press, 2015.
- Chalil, Rifyal Dahlawy. Brand, Islamic Branding & Re-Branding. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Chirico, Francesco, Lucia Naldi, Michael A Hitt, Philipp Sieger, David G Sirmon, dan Kai Xu. “Orchestrating Resources with Suppliers for Product Innovation.” Journal of Product Innovation Management, 21 September 2023, 1–33.

- Dhewanto, Wawan, Rhian Indradewa, Wardah Naili Ulfah, Santi Rahmawati, dan Ghita Yoshanti. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Dwi Priyatno. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Eka Rahayuningsih dan M. Lathoif Ghozali. "Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2021. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1929/1016>.
- Eko Ardi. "Mixue Ice Cream Punya Saingan." Diakses 1 Maret 2024. <https://arahpantura.aboutsemarang.id>.
- Endang Irawan Supriyadi dan Dianing Banyu Asih. "Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal di Indonesia." *Jurnal Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Bandung* 2, no. 1 (2020): 18–28.
- Ernawati, Diah. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* 7, no. 1 (28 Juni 2019): 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>.
- Fatimah, Hesti Noor, dan Andri Nurtantiono. "Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee)." *Jurnal Sinar Manajemen* 9, no. 1 (2022).
- Febri Endra Budi Setyawan. *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017.
- Google Search. "Outlet Mixue di Kudus." Diakses 12 Agustus 2023. https://www.google.com/search?q=outlet+mixue+di+kudus&rlz=1C1GCEA_enID900ID900&oq=outlet+mixue+di+kudus&aqs=chrome.0.35i39j0i512j0i22i30l8.6367j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8.
- Hadi, Prasetyo. "Effect of Product Innovation on SME's Performance: The Moderating Role of Organizational Learning and Market Orientation." *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293) 5, no. 2 (15 Mei 2023): 47–54. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v5i2.405>.
- Han, Chen, dan Shuman Zhang. "Multiple Strategic Orientations and Strategic Flexibility in Product Innovation." *European Research on Management and Business Economics* 27, no. 1 (Januari 2021): 100136. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2020.100136>.
- Hasanah, Uswatun, dan Mila Ratna Sari. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Provinsi

- Bengkulu.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 2 (2023).
- Hidayati, Septiana Nur, dan Erny Rachmawati. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.” *Inovasi* 19, no. 1 (2023).
- Husein Umar. *Metode Riset Bisnis: Penduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ibrahim, Azharsyah. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2021.
- Imam Ghozali. *25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akutansi, dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Indah Jauhari. “Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25, no. 23 (Desember 2020).
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Untimo Press, 2019.
- John Budiman Bancin. *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021.
- Kasapoglu, Muhammed Zahid, Osman Sagdic, Esra Avci, Zeynep Hazal Tekin Cakmak, Salih Karasu, dan Rabia Sena Turker. “The Potential Use of Cold-Pressed Coconut Oil By-Product as an Alternative Source in the Production of Plant-Based Drink and Plant-Based Low-Fat Ice Cream: The Rheological Thermal, and Sensory Properties of Plant-Based Ice Cream,” 2023.
- Kemenag. “Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional.” <https://kemenag.go.id>. Diakses 12 Februari 2024. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-4aqhvr>.
- Kementerian Agama. *Al-Qur’an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- Kotler dan Bes. *Leteral Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

- Kurniasih, Dedeh. *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Serang: Bintang Sembilan Visitama, 2021.
- Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha. "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030." *Accounting Student Research Journal*, 29 Desember 2023. <https://ejournal.upnvj.ac.id/asrj/article/view/5812>.
- Mahiri, Eli Achmad. "Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no. 3 (1 November 2020): 227–38. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>.
- Malau, Parningotan, dan Irene Svinarky. "Analisis Perspektif Hukum Pengurusan Sertifikasi Halal dalam Upaya Perlindungan Konsumen." *JUSTITIA : Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 7, no. 3 (2020).
- Maryana, Sinta, dan Berlintina Permatasari. "Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)." *TECHNOBIZ : International Journal of Business* 4, no. 2 (4 Desember 2021): 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>.
- Mashudi. *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. STAIN Kudus, 2009.
- Masruroh, Binti, dan Elok Fitriani Rafikasari. "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, Dan Bahan Baku Halal Terhadap Minat Beli Produk Halal." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 868–84. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>.
- Meithiana Indasari. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Untimo Press, 2019.
- Mirsa Astuti. "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)." *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (30 Juni 2020). <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>.
- mixue_sosrokartono. "Opening Mixue Sosrokartono." Instagram, 2022. <https://www.instagram.com/p/CcJ5ChEP2lQ/?igsh=cnd5M2Z0a3hjZ2t1>.
- Muh. Fitrah dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.

- Muhammad Yusuf dan Nastiti. Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019.
- Muharto dan Arisandy Ambarita. Metode Penelitian Sistem Informasi. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Muslich Anshori dan Sri Iswati. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Nur, Fatimah. “Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim.” Jurnal Likuid 1 (1 Januari 2021).
- Nurfauzi, Yogi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, Muhammad Yusuf, dan Muhammad Asir. “Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif.” Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) 4, no. 1 (2023): 183–88. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>.
- Oemar, Hirawati, Endang Prasetyaningsih, Djamaludin Djamaludin, dan Anis Septiani. “Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises [version 1 ; peer review : 2 approved with reservations],” 2023.
- Oetomo, Hadi, Yuli Liestyana, Tri Wahyuningsih, Agus Sukarno, Hery Sutanto, dan Diana Ardiani. “The Analysis of External Supply Chain Flexibility and Product Innovation Performance: A Study of Fashion Sector SMEs.” International Journal of Business Ecosystem & Strategy (2687-2293) 5, no. 2 (15 Mei 2023): 37–46. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v5i2.409>.
- Priyatno Dwi. Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Putri, Adel Andila. “10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia - GoodStats Data,” 2023.
- Quraish Shihab. Tafsir Al-Mishbah. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Rafi, Muhamad Arya, dan Mahfudz Mahfudz. “Analisis Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko, Experiential Marketing, dan Perceived Product Quality terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Sogogi Shabu & Grill di Cibubur).” Diponegoro Journal of Management 12, no. 6 (7 November 2023). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41825>.
- Raisqi, Najib Rasid. “Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Pangan dalam Rangka Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Dominos Pizza).” Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah 8, no. 1 (30 Juni 2022): 38. <https://doi.org/10.31602/iqt.v8i1.6968>.

- Ratna Candra Sari. AKUNTANSI KEPERILAKUAN Teori dan Implikasi. Yogyakarta: UNY Press, 2021.
- Riza Afthoni. “4 Alasan Mixue Menjajah Kudus, padahal Kotanya Nggak Seberapa Besar.” Terminal (blog). Diakses 21 April 2024. <https://mojok.co/terminal/4-alasan-mixue-menjajah-kudus/>.
- Rokh Eddy Prabowo, Kis Indriyaningrum, dan Anggita Dian Setyani. “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang).” Solusi 18, no. 4 (2020).
- Romina, G, Aldo Alvarez-risco, Berdy Briggitte, Maria De Mercedes Anderson-seminario, Shyla Del-aguila-arcentales, dan A Y Jaime. “Product Innovation , Market Intelligence and Pricing Capability as a Competitive Advantage in the International Performance of Startups : Case of Peru.” Suistanability 14 (2022).
- Rosmayanti, Melan. “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.” Journal on Education 05, no. 03 (2023): 8126–37.
- Rosmayanti, Melan. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.” Journal on Education 5, no. 3 (2023).
- Rozaana, Afifah, dan Ina Ratnasari. “Keragaman Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Es Krim di Kabupaten Karawang.” Jurnal Manajemen Dewantara 7, no. 1 (2023): 6–14.
- Rusydi, M., Maftukhatusolikhhah, dan Syamsiar Zahrani. “Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan Theory of Reasoned Action.” Journal of Economics and Business 1, no. 1 (27 Juni 2023): 22–34. <https://doi.org/10.61994/econis.v1i1.52>.
- Saifuddin Azwar. Metode Penelitian. Pustaka Pelajar, 2001.
- Salam, D. Q. Alva. “Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang.” Qawwam : The Leader’s Writing 3, no. 1 (21 Juni 2022): 10–20. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v2i2.110>.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Praktis. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2003.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS. Kencana, 2015.

- Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Somantri, Bambang, Ridha Afrianka, dan Fahrurrazi Fahrurrazi. “Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone.” *Cakrawala Repositori IMWI* 3, no. 1 (4 April 2020): 1–10. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v3i1.35>.
- Sonia Cipta Wahyurini, dan Nurvita Trianasari. “Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 1 (31 Januari 2020): 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.
- Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004.
- Suharsimi Arikunto *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, 1998.
- Syatori, Toto, dan Nanang Ghazali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Syntha Noviyana, Mella Sri Kencanawati, Reni Anggraini, dan Laras Ayu Irene Gayatri. “Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word Of Mouth, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.” *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (27 Juli 2022): 906–12. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.794>.
- Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati. “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (Maret 2017). <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian,” 2014.
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Wahil, Moh. Zadul, Mochammad Farid Afandi, dan Sumani. “Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Mixue di Kabupaten Jember).” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 4, no. 2 (2023).
- Wahyuningrum, Asri, H. Anasom, dan Thohir Yuli Kusmanto. “Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah melalui

- Sertifikasi Halal.” Jurnal Ilmu Dakwah 35, no. 2 (21 Agustus 2017): 186. <https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1618>.
- Warto dan Samsuri. “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (14 Juli 2020): 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.
- Wikipedia, Ensiklopedia Bebas. “Mixue Ice Cream & Tea.” Diakses 24 November 2023. https://en.wikipedia.org/wiki/Mixue_Ice_Cream_%26_Tea#Halal_certification_in_Indonesia.
- Wowor, C A, B Lumanuw, dan I W J Ogi. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado.” *Jurnal EMBA* 9, no. 3 (2021).
- Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, dan Elva Ronaning Roem. “Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital.” *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (10 April 2021): 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.

