

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, Nadya Rahma, And Viola De Yusa. “Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media *Marketing* Terhadap Minat Beli Pada Mixue.” *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, No. 4 (2023): 1–18.
- Al, Karimuddin Abdullah Et. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Alfin1, Muhammad Rheza Dan Sahidillah Nurdin. “Pengaruh Suasana Toko Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan.” *Ecodemica* 1, No. 2 (2017): 252–61.
- Anggilia Ria, Malik Abd., Siregar Erwin Saputra. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Desa Bayat Ilir Kecamatan Bayung Lencir.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 2, No. 1 (2023): 37–54.
- Anizir, Wahyuni Dan Restu. “Pengaruh Social Media *Marketing* Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Serang.” *Jurnal Sains Manajemen* 3, No. 2 (2017): 0. [Http://E-Jurnal.Lppmunsera.Org/Index.Php/Sm/Article/View/25](http://E-Jurnal.Lppmunsera.Org/Index.Php/Sm/Article/View/25).
- Anwar, Resa Nurlela, And Fiska Ananda Wardani. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee.” *Nusantara: Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, No. 5 (2021): 1370–79. [Http://Jurnal.Um-Tapsel.Ac.Id/Index.Php/Nusantara/Index](http://Jurnal.Um-Tapsel.Ac.Id/Index.Php/Nusantara/Index).
- Aswad, Syaiful. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center.” *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*. Universitas Putera Batam, 2018. [Https://Doi.Org/10.33884/Jimupb.V6i2.681](https://Doi.Org/10.33884/Jimupb.V6i2.681).

- Ayomi, Ginas. “Mengenal Non-Probability Sampling Dalam Teknik Pengambilan Sampel,” N.D.
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. “The Application Of Theory Of Planned Behavior And Perceived Value On Online Purchase Behavior.” *Tecnomedia* 8, No. (1sp) (2023): 123–24. <https://doi.org/10.33050/Tmj.V8i1sp.2074> Cahyani,.
- Bintang Ghaliyan Ibnunas, Tri Harjawati. “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal.” *Ekobis* 01, No. 2 (2021): 85–100. <https://doi.org/10.32493/Jmw.V1i2.10105>.
- Bitner, M. J. “Servicescapes: The Impact Of Physical Surroundings On Customers And Employees.” *Journal Of Marketing*, 1992, 57-71.
- Bobby Hartanto, Dan Leni Indriyani. *Minat Beli Di Marketplace Shope*. Jakarta: Pt Inovasi Pratama Nasional, N.D.
- Bulan, Tengku Putri Lindung. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 5, No. 1 (2016): 431–39.
- Cahyani, Roddiyah, Andrian Andrian, And Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. “Peran Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi.” *Jurnal Economina* 2, No. 9 (2023): 2258–73. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.747>.
- Damayanti, Silvia. “Pengaruh Social Media *Marketing* Instagram Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang.” *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (Sinamu)* 4 (2023): 464.

<https://doi.org/10.31000/Sinamu.V4i1.7930>.

Dan, Rachmat Ramadhan, And Moechamad Nasir. “Analisis Pengaruh Sosial Media Pemasaran Dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tik-Tokshop Di Soloraya.” *Bridging Journal Of Islamic Digital Economic And Management* 1, No. 1 (2023): 29–40.

<https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging>.

Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Re. Guepedia, 2021*.
https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Penelitian_Menggunakan_Spss_U/Acpleaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=Uji+Validitas+Dan+Reliabilitas&printsec=frontcover%0ahttps://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Penelitian_Menggunakan_Spss_U/Acpleaaaqbaj?

Dendy Khresnabayu, Gumoyo Mumpuni Ningsih, Livia Windiana. “Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime.” *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 16, No. 3 (2020): 239–56.

Denpasar, Program Studi Manajemen Feb Unmas. *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan Dan Aplikasi*. Bali: Cv. Noah Aletheia, N.D.

Dermawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, N.D.

Dewati, Kurniawan Dan. “Pengaruh Promotion Motivational System, Prevention Motivational System Dan Risk. Prefrence Terhadap Pembentukan Portofolio Investasi Beresiko,” N.D.

Duwi Priyatno. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan Spss*. Yogyakarta: Yogyakarta: Gava Media, 2016.

Eko Budiyanto, Ichwan Bagus Airlangga Dan Ali Mahsun. “Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Yos Soedarso Economucs Journal 1* No 1:40 (2019).

Ernawati, Putri Ayu Wulandari Dan Sri. “Pengaruh Sosial Media Dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nabila Fashion.” ... (*Jsm*) *E-Issn 2745-5955* | *P* ... 5, No. 1 (2024): 38–47.
<https://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jomla/Article/View/2493%0ahttps://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jomla/Article/Download/2493/2108>.

Farikha, Fitrotul, Ellys Rachman, And Yahya Antu. “Pengaruh Suasana Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 13, No. 1 (2023): 27–32. <https://Doi.Org/10.35797/Jab.13.1.27-32>.

Firdaus, Mukhammad, N Rachma, And Mohammad Rizal. “... Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shop (Studi” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, No. 17 (2020): 138–55.
<http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/View/8326>.

Fitriyani, Indiyah. “Pengaruh Sertifikasi, Halal, Dan Promosi Produk Mixue Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea Di Kota Surakarta.” Universitas Negeri Raden Mas Said, 2023.

Gersom Hendarsono, Sugiono Sugiharto. “Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, No. 2 (2013): 1–8.
<http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Pemasaran/Article/View/524>.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Hakiky, M. Alvin Nur. ““ Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen 78 Coffee Break Bojonegoro)” 5 (2023): 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/Nbk558907/>.
- Hamdi, Asep Saepul. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Hartanto, Prasetyo, Ratih Hurriyati, And Puspo Dewi Dirgantari. “Analisis Sosial Media Pemasaran Terhadap Purchase Intention.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 4 (2022): 227–32. <https://doi.org/10.37034/infv4i4.180>.
- Hikmawati. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar.” Universitas Islam Negeri Alauddinmakassar, 2019.
- Indrayani, Komang Devi. “Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Pada Edie Arta Grosir Cabang Bungkulan Di Kota Singaraja.” *Jurnal Bisnis Kompetitif* 1, No. 2 (2022): 129–37. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1065>.
- Info Franchise Expo*. “Tea Break Sebagai Minuman Enak Kekinian Dengan Harga Terjangkau.” 2023.
- J. Suprpto. “Teknik Riset Pemasaran Dan Ramalan Penjualan.” *Pt Rineka Cipta*, 1990, 33.
- Jadari, Ahmad, And Sri Ernawati. “Pengaruh Experiential Marketing Dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Kafe Tea

Break Kota Bima.” *Jurnal Inovasi Dan Tren* 1, No. 2 (2023): 53–54.

Jahroni. “Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* Vol. 5, No. No. 3 (2021): 10234–41.

Lakksono, Framugia Cahyo. “Pengaruh Social Media Promotion Dan Suasana Toko Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Jantung Hati Coffee & Space Tanjungpinang Pengaruh Social Media Promotion Dan Suasana Toko Dalam Menarik Minat Beli.” Universitas Muhammadiyah Malang, 2023.

Lucyantoro, Bagas Ilham, And Moch Rizaldy Rachmansyah. “Penerapan Strategi Digital *Marketing*, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Mybca Ciputra World Surabaya).” *Ekonomika '45* 5, No. 1 (2017): 38–57.

Machfudz, Mashuri. “Metodologi Penelitian Ekonomi.” *Genius Media*, N.D.

Monita Nugrahaeni, Ahmad Guspul, Hermawan. “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 11, No. 2 (2021): 230. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>.

Mufidah, Anissatul, And Nurhadi. “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kekinian Di Kalangan Remaja Kota Surabaya.” *Seiko : Journal Of Management & Business* 6, No. 1 (2023): 432–40.

Nainggolan, Febi Pangain Tua Siregar Dan Nora Pitri. “Pengaruh Endorsement Influencer Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada G-Coffee Batam” 5, No. 3 (2018): 2023. <https://doi.org/10.32877/ef>.

- Nugraha, Ranu, M. Kholid Mawardi, And Aniesa Samira Bafadhal. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 50, No. 5 (2017): 118–19.
- Nurhayati, And Wahyu Wijaya Murti. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone.” *Journal Of Chemical Information And Modeling* 53, No. 9 (2013): 1689–99.
- Olohota Laia, Paskalis Dakhi, S.E., M.M., M.Ap, And M.M Dan Erasma F. Zalogo S.E. “Pengaruh Suasana Toko (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud. As Laia Di Kecamatan Amandraya.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 6, No. 1 (2021): 10–22.
- Ramadhania. “Analysis Of The Effect Of Service Quality And Suasana Toko On Customer Satisfaction Of Mbrio Billiard In Padang City.” *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 3, No. 1 (2022): 35–41.
[Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej).
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Riko Al Hakim, Ika Mustika, And Wiwin Yuliani. “Validitas Dan Rehabilitas Angket Motivasi Berprestasi.” *Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, N.D.
- Risnawati. “Pengaruh Customer Experience , Suasana Toko , Price Fairness Dan Halal Awareness Terhadap Repurchase Intention Pengaruh Customer Experience , Suasana Toko , Price Fairness Dan Halal Awareness.” Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2023.
- Riyanto, Andi Dwi. “Hootsuite (We Are Social): Data Digital

Indonesia 2024,” 2024. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Data-Digital-Indonesia-2024/>.

Salsabila, Clarisa, Taufan Umbara, And Retno Setyorini. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9, No. 4 (2022): 668–79. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.405>.

Sarmila, Lia, Listian Indriyani Achmad, Mh Ainulyaqin, Sakum, And Sukron Mamun. “Determin Minat Beli Ulang Mie Gacoan Bekasi Dengan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Moderasi.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, No. 7 (2024): 3606–23. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.3540>.

Setiawan, Rendy, Deby Santyo, And Anita Sumelvia. “Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.” *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi* 1, No. 1 (2023): 120–30. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/305>.

Sinabela, Rendhy. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8, No. 3 (2019): 231–40.

Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, N.D.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, N.D.

Sitinjak, Rivandry Dan Tumpal Janji Raja. “Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayah Bekasi” 20, No. 1 (2022): 105–23.

- Sri Ernawati, And Iwan Koerniawan. “Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, No. 1 (2023): 207–15. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V16i1.1185>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Vol. 19, 2016.
- Sya'idah, Evi Husniati, And Tontowi Jauhari. “The Effect Of Social Media Marketing On Brand Awareness Of Lingua Franca Edutama Course And Training Institute Pengaruh Sosial Media Pemasaran Terhadap Brand Awareness Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Lingua Franca Edutama.” *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 3, No. 5 (2022): 2824–33. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>.
- Turap, Tipe-Tipe, Turap Beton Merupakan, Turap Baja Lebih, And Tipe-Tipe Dinding Turap. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Dr. Meithiana Indrasari, N.D.
- Wahab, Abdul, Ahmad Kholil, Muhamad Wildan, Lailatul Hidayah, Iain Kediri, Iain Kediri, And Iaifa Kediri. “Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf ' A Di Kecamatan Kepung Kediri (The Influence Of Price And Halal Labels On The Interest Of Buying Naf ' A Bread In Kepung Kediri)” 5, No. 1 (2021).
- Wahyu Amanda Santri, Nabilla, Ni Made Ida Pratiwi, And Ayun Maduwiniarti. “Pengaruh Content Marketing Dan Citra Merek Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea Break Di Surabaya.” *Neraca Manajemen, Ekonomi* 6, No. 7 (2024).

LAMPIRAN-LAMPIRAN