

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, M. 2011. *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Alega, T. G., Ratnaningtyas, E. M., & Sujoko. 2024. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di E-commerce Shopee (Studi kasus pada konsumen E-commerce Shopee di Kabupaten Sleman). *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 9-19.
- Al-Quran dan Terjemahannya. 2019. QS. An-Nahl: 114. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Kementerian Agama.
- Ananda, R., & Rafida, T. 2016. *Pengantar kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.
- Anggani, M. D., Evasari, A. D., & Kurniawati, E. 2024. Pengaruh cita rasa dan harga terhadap minat beli ulang konsumen pada Soto Ayam Pak Jo. *Jurnal Cendekiawan Manajemen (JCM)*, 2(2), 15-24.
- Anjellia, R. R. D., & Herawati, S. 2024. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen smartphone Xiaomi di Kota Bandung. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 63-76.
- Apriliyanto, N., & Prabasari, B. 2024. Peran sertifikasi halal terhadap minat beli kembali dengan mediasi kepercayaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 111-120.
- Ashlihah, & Hasyim, R. 2024. Pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen Mixue pada mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) UNWAHA. *JIES: Journal of Islamics Studies*, 5(2), 105-112.
- Asmara, C. P. I. R., & Damayanti, D. 2024. Pengaruh promosi online, harga, dan brand ambassador Korea terhadap minat beli ulang (Studi pada konsumen Scarlett Whitening di Lombok Tengah). *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 84-89.

- Aziz, S. N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. 2023. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan brand image terhadap minat beli ulang konsumen pada produk Yonex. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9043-9051.
- Azizah, S. N. 2022. *Towards halal*. Jakarta: Expose.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tulungagung. 2022. *Jumlah Restoran dan Rumah Makan Menurut Kecamatan di Kabupaten Tulungagung Tahun 2018–2022*. Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung.
- BPS Kabupaten Tulungagung. 2024. *Kecamatan Tulungagung Dalam Angka 2024 / Tulungagung District in Figures 2024*. Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran hukum perlindungan konsumen dan sertifikasi halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Delfira, A. F., dkk. 2025. Analisis permasalahan perkembangan UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Ebismen: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 167–180.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kabupaten Tulungagung. 2023. *Perkembangan UMKM di Kabupaten Tulungagung 2013–2023*. Tulungagung: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kabupaten Tulungagung.
- Dwiyanti, A., et al. 2024. Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang Ayam Geprek Mas Boy cabang Pringsewu. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 20-34.
- Ferdinand. 2002. *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand. 2002. *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

- Ghazali, I. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Umum Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. 2011. *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ginting, S. R. I., Sugiarto, & Hasibuan, R. R. A. 2022. Pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen (Studi kasus: Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.). *Jurnal EMBA REVIEW*, 2(2), 421-428.
- Harini. 2008. *Makro ekonomi pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0: Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, A. 2018. *Marketing dan kasus-kasus pilihan Edisi 1*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Herlambang, S. 2016. *Manajemen pelayanan kesehatan rumah sakit*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. 2019. Pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi pada konsumen Bakso Tiara Kediri di Tulungagung). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 105-124.
- Juhoiriyah, P., & Tarman, M. 2024. Pengaruh lokasi usaha, analisis pengaruh kualitas produk, lokasi, kemampuan inovasi terhadap minat beli ulang batik tulis Tanjung Bumi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(2), 122-135.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an dan terjemahannya (Edisi penyempurnaan)*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2006. *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2013. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing Edisi 17*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing management 14*. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management 15*. England: Pearson Education.
- Lamb, C. W. 2013. *Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, M., Parakkasi, I., & Katman, M. N. 2024. Pengaruh sertifikasi halal dan izin edar BPOM terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa. *EL-MAL: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(3), 1238-1251.
- Lovelock, C., & Wright, L. K. 2007. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Lovelock, C., & Wright, L. K. 2007. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- LPPOM & MUI. 2008. *Panduan umum sistem jaminan halal LPPOM-MUI*. Jakarta: LPPOM-MUI.
- Magfirah, D., & Fadhillah, I. 2024. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada es krim Mixue Sentani di Kab. Jayapura. *NERACA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(11), 108-121.

- Mahadika, N., Wulansari, N., & Susanti, R. 2024. Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli ulang di Foursides Coffee Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1), 17-26.
- Mandailina, S., Brilliant, V., & Nur, R. 2021. *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Mandas, T. M. L., Frederik, W. A. P. G., & Maramis, R. A. 2024. Analisis yuridis terhadap penguasaan pasar oleh ecommerce Tiktok Shop ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha. *Lex Privatum*, 14(3), 1-12.
- Maulidi, A. 2016. *Teknik Belajar Statistik 2*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Noor, J. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Nurhayati, S., & Hendar. 2019. *Manajemen bisnis syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuryamah, A., & Marliah, S. 2024. Pengaruh Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, dan Komposisi produk terhadap minat beli produk misam yang terdaftar BPOM RI pada Masyarakat RW 04 Desa Jatimulya Tangerang. *Jurnal Manajemen Almatama*, 3(2), 122-146.
- Pradana, M. S. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prasetyo, B., & Lina, M. J. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pratiwi, I., & Adhitya, W. R. 2024. Pengaruh harga, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen Mixue Marelan Tanah Enam Ratus. *Jurnal Widya*, 5(1), 607-619.
- Pusat Halal UIN Satu Tulungagung. 2024. *Jumlah UMKM Kabupaten Tulungagung yang Sertifikasi Halal 2022–2024*. Tulungagung: Pusat Halal UIN Satu Tulungagung.
- Riduwan. 2020. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Simamora, B. 2008. *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Soehartono, I. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Stanton, W. 2018. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Subagiyo, R. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi. 2008. *Statistik Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujianto, A. E. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Sujianto, A. E. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 21*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Suryani & Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Susilowati, L., & Firdausita, S. S. 2024. Penerapan biaya kualitas, biaya pengendalian, dan biaya kegagalan untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi pada perusahaan jenang Kawah Mak Yun Desa Karangsono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Jurnal SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 28-45.
- Suwarman, U. 2004. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suwarman, U. 2004. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tambunan, T. H. Tulus. 2002. *Usaha kecil dan menengah di Indonesia beberapa isu penting: Edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tanzeh, A. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tika, M. P. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjibtono, F. 2007. *Strategi pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjibtono, F. 2008. *Strategi pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjibtono, F. 2012. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjibtono, F. 2015. *Strategi pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Tjibtono, F. 2020. *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Utami, A. R., & Anggrainie, N. 2024. Pengaruh lingkungan fisik, persepsi nilai, motivasi, variasi produk, harga dan sikap konsumen terhadap minat beli ulang Kopi Kenangan di Kota Tangerang. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 607-615.
- Wahyudin, A., Sudarmiati, & Handayati, P. 2025. Peran digitalisasi dan inovasi produk dalam mendorong UMKM go ekspor di era ekonomi global di Pulau Madura. *Investi: Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 763–775.
- Wanda, E. S., & Susanto, H. 2024. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang pada Toko Lariez48 di Sampit. *E-Jurnal Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 115-126.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. 2021. Analisis pengaruh keragaman produk, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang melalui brand image pada konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10-26.
- Widarjanto, A. 2010. *Analisis Statistik Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM TKPN.
- Wijaya, D., et al. 2024. Pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli ulang: Peran keputusan pembelian. *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 400-407.
- Winardi. 2010. *Marketing dan perilaku konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. 2024. Pengaruh variasi produk, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen. *EL-MAL: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(7), 393-404.
- Yusuf, M., Rasmon, R., & Rahayu, E. U. 2024. Pengaruh sertifikasi halal dan religiusitas terhadap minat beli produk Mixue melalui sikap sebagai variabel intervening (Studi pada masyarakat di Kota Pekanbaru). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7082-7093.
- Zaharatunnisa, R., & Surjani, S. 2023. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen jasa pengiriman barang: Studi pada

pengguna jasa pengiriman Anteraja. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(2), 88-99.