

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Lubna Nurhimmatul, et al (2023). "Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Wardah di Kalangan Muslimah." *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* 1.1: 373-386.
- Anisya, Riska, Ratna Wijayanti, and Bahtiar Efendi (2020). "Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 2.1: 98-105.
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio (2015). "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4.12..
- Assael, Henry. (2014). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, (6th ed.). Boston, MA; Houghton Mifflin Company.
- Barry, Berman dan Evans, Joel, (1997), *Marketing*, Seventh edition, New Jersey:Prentice Hall. Inc.
- Detikfood. (2023). Bahan baku terbatas netizen keluhkan menu favorite. Diakses pada 15 May 2023. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6721001/bahan-baku-mixue-terbatas-netizen-keluhkan-menu-favorit-mereka-berkurang>.
- Dharmestha, Basu Swastha, and T. Hani Handoko (2000). "Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen." *Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE*.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Indra (2020). "Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warunk Upnormal Jambi." *Jurnal Dinamika Manajemen* 8.4:192-204.
- Hanasah, U., & Sari, M. R. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di Provinsi Bengkulu.
- Hudrasyah, Agung Nurcahyoand Herry (2017). "The influence of Halal awareness, Halal certification, and personal societal perception toward purchase intention: a study of instant noodle consumption of college student in Bandung." *Journal of Business and Management* 6: 21-31.
- Khotimah, Nurul. "Pengaruh Persepsi Harga, Label Halal Indonesia, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Di Wilayah Bekasi)."
- Kotler, P dan Armstrong (2018). *Principle of Marketing*. Global 17th Edition. London: Pearson.
- Kotler, Philip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Penerbit Indeks.

- Kotler, Philip, and Gary Armstrong (2016). "*Dasar-dasar pemasaran*, jilid 1, Edisi Kesembilan." Jakarta: Erlangga. p125.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller (2018). "*Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 dan 2." Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller (2016). "*Manajemen Pemasaran*, edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks."
- Lamb Charles W.; Hair, Joseph F, dan McDaniel, Carl. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Levy, Michael, & Weitz, Bortom A, (2001), *Retailing Management*, Fourth edition, Richard D. Irwin Inc.
- Maharani, Nesa Dya, and Suwitho Suwitho (2021). "Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)* 10.3.
- Mahmudah, Indah Siti, and Monika Tiarawati (2014). "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White." *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6.2 : 98-105.
- Marzuki, Wawan Wasik, and Triyono Triyono (2021). "Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis* 17.2.
- Mathur, V., & Arora, S. (2020). *Digital Marketing*. PHI Learning Pvt. Ltd. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=33QDEAAAQBAJ>
- Meldarianda, Resti, Henky Lisan, and U. Kristen (2010). "Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* 17.2: 97-108.
- Mulaijaya, Sujana, N., & Indrayani. (2019). Pengaruh Viral Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Mutamimah, Fadhilatul, et al (2022). "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Ice Cream mixue Ciceri Kota Serang)." *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 1.1: 95-105.
- Netray. (2022). Opini warganet soal ice cream mixue. Diakses pada 8 November 2022. <https://analysis.netray.id/opini-warganet-soal-ice-cream-viral-mixue/>.
- Putri, A. H. (2023). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan Ii Kecamatan Koto Gasib.
- Ramadhani, Hayati, and Nova Anggrainie (2023). "Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer

- Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop." *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2.4 :703-717.
- Rini, Ika Tirta Candra, and Agung Hartadi (2023). "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream (Studi Kasus di Mixue Yogyakarta)." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 10.2 :178-185.
- Saktiendi, Evan, et al (2022). "Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1.2 :197-210.
- Santoso, Daniel Setyo Adi, and Renny Dwijayanti (2022). "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesori Handphone di Shopee)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10.1: 1545-1553.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta; Indeks.
- Segati, Ahda. "Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan." *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 3.2 (2018): 159-169.
- Shaari, Jamal Abdul Nassir, and N. S. Mohd Arifin (2009). "Dimension of halal purchase intention: A preliminary study." : 1-15.
- Sugiyono, (2015). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-22."* Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistiorini, Indah (2017). "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggiri Samarinda." *Journal of Menegement and Bussines* 5.2: 511-520.
- Surniandari, Artika (2017). "Viral marketing sebagai alternatif strategi pemasaran produk Sariz." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 1.1: 35-43.
- Sutisna dan Pawitra dan Pawitra, (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tansala, Desilsan, Tinneke M. Tumbel, and Olivia FC Walangitan (2019). "Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 8.1: 21-27.
- Targetindo. (2023). Mixue resmi buka di kota Padang. Diakses pada 21 maret 2023. <https://targetindo.com/mixue-resmi-buka-di-kota-padang-hadirkan-promo-grand-opening-cek-lokasinya/>
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik* Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi Offset.

- Utami, Christina Whidya (2010). "*Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia.*"
- Vonitasari, Rindi, and Puspa Novita Sari (2023). Pengaruh Viral Marketing, Price Perception, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue. *Diss. Uin Raden Mas Said.*
- Wardani, Anisa Nabila, and Joko Fitra (2023). "Pengaruh Viral Marketing, Product Quality dan Desain Interior terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Gombong." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 5.3: 234-246.
- Wikipedia. (2023). Sejarah mixue, lokasi dan pemasaran mixue. Diakses pada 21 November 2023 https://id.wikipedia.org/wiki/Mixue_Ice_Cream_%26_Tea#:~:text=Di%20Indonesia%C%20Mixue%20melalui%20PT,Nusa%20Tenggara%20hingga%20tahun%202022.
- Wiludjeng SP, Sri, and Tresna Siti Nurlela (2013). "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT" X".
- www.dfj.com (1997). Viral marketing Jurvetson, Steve, and Tim Draper. Tersedia pada online www.dfj.com/files/viralmarketing.htm
- Yaniria, Laoili, and Samsurijal Hasan (2020). "Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan di kota Bangkinang." *Pasca sarjana STIE Bangkinang* 2.1: 50-59.