

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A.B, Susanto. (2010). *Management fot everyone 3 Bizmark*. Surabaya: ESENSI.
- Abuzar Asra, d. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Bogor: IN MEDIA.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Dharmesta. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Djarwanto, P. S. (2011). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Hamka. (1984). *Tafsir Al Azhar*. Jakarta: PT Pustaka Panjimas.
- J.Stanton, W. &. (2004). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. &. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. (Jakarta). *Manajemen Pemasaran*. 2005: Indeks.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. I. (2022). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.
- Sarmadi, S. (2012). *Spiritualitas Bisnis Mencari Ridho Ilahi*. Yogyakarta: CV Aswaja Pressindo.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suharjo, B. (2011). *Statistika Terapan disertai contoh dan aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: BPFE.
- Suharjo, B. (2013). *Statistika terapan disertai contoh aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunoyo, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Swasta. (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen 1st ed.* Yogyakarta: Bpfe UGM Berat.

Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan aplikasi).* Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA.

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI Offset.

Wiratna. S. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Wijayanti, T. (2014). *Marketing Plan Dalam Bisnis.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Management.* Jakarta: Bumi Aksara.

JURNAL DAN SKRIPSI.

Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. A. (2019). Halal lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57-81.

Agus, P. A. (2017). Kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum nasional sebagai upaya perlindungan konsumen dalam hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 149-165.

AMALIA, A. (2019). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Salatiga Dengan sikap sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).

Angriyani, A. M. (2021). Peran Negara dalam Memberikan Perlindungan Pada Konsumen atas Penggunaan Produk Pangan Tidak Berlabel Halal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 19-26.

Apriliani, M. (2019). Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame di Cirebon.

Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh label halal dan bonus dalam kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Kinder Joy pada masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 729-739.

Febriyani, I. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Ulil Al- Absar. *Skripsi: IAIN Ponorogo*.

FURQON, I. N. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI Di Boyolali Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.

Indriani, L. (2015). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*.

K, M. Ayyub. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal repository umpalopo*, 90-105.

Kopikenangan.com/about.com Diakses pada (30 Oktober 2022 Pukul 19:35 WIB).

Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. International journal of Islamic and Middle Eastern finance and management*.

Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1).

Lubis, S. H. A. (2019). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roti Ganda Kota Pematangsiantar)* (Doctoral dissertation).

Marisha, M. (2013). *Analisis Right Issue terhadap Perubahan Harga Saham* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok*.

Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).

Purwanto, A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).

Riana, D. (2019). *Pengaruh Promosi dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (MULIA)*.

Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). *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(4), 1521-1535.

Setyawan, M. A. (2021). *Strategi Kopi Kenangan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

Sujana, S., & Agustian, E. (2013). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 169-178.

Triana, U. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

Wulansari, R. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Boga Sejahtera di Cikarang*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4), 248-254.

Yuliani, O. (2015). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Daya Tarik dan Minat Beli Masyarakat Muslim di Steak Ranjang Bandung*. *Jurnal Labelisasi Halal*, (Online).

ARTIKEL DAN PERSONAL INTERVIEW

<http://www.halal.go.id/> Diakses pada (31 Oktober 2022 Pukul 21:11 WIB).

Kopi Kenangan, *L&D Service Culture*, (PT. Bumi Berkah Boga; 2021).

Mahmudan, A. (2022, Juni 09). *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>. *Data Indonesia.id*.

Muhammad Fajri, SPV Kopi Kenangan Ruko PALEMBANG TRADE CENTER (2022, Desember 06). Personal Interview.

Mulyono, Analisis Uji Asumsi Klasik Article <https://bbs.binus.ac.id> Diakses pada (25 November 2022 Pukul 23:30 WIB).

Summary Sales Report, KopiKenangan. Oktober 2022.

www.halalMUI.org Diakses pada (31 Oktober 2022 Pukul 20:25 WIB).

Purnama, T. S. (2020, April 30). *Universitas Al Azhar Indonesia*. Universitas Al Azhar Indonesia: https://fh.uai.ac.id/https-uai-ac-id-makanan-halal-utm_sourcerssutm_mediumrssutm_campaignmakanan-halal/rta:ANDI Offset.

Pramisti, N. Q. (2019, Desember 23). *Tirto.id*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/kopi-kenangan-dapat-pendanaan-dari-jay-z-dan-serena-williams-eoD9>.

Saretta I, R. Dinobatkan Jadi Unicorn, Yuk Intip Kisah Perjalanan Kopi Kenangan Menggapai Kesuksesannya, <https://www.cermati.com/artikel/kopi-kenangan>. Diakses pada (30 Oktober 2022 Pukul 19:40 WIB).

Wijayanti, R. I. (2022, Juni 04). *IDXchannel.com*. Retrieved from Inspirator: <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-kopi-kenangan-unicorn-fb-pertama-di-asia-tenggara>.

Yulia Anisya, Barista Kopi Kenangan Ruko PALEMBANG TRADE CENTER (2022, Desember 06). Personal Interview.