

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Asnawi, N., & Masyhuri, M. (2011). *Metodologi riset manajemen pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*. Malang: UIN Maliki Press.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2008). *Basic marketing: a global-managerial approach*. McGraw-Hill/Irwin.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Lumajang : Widyahama Press.
- Junaidi, H. (2018). *Metode Penelitian Berbasis Temukenali*. Palembang: CV. Amanah.
- Miles, J. A. (2012). *Management and organization theory: A Jossey-Bass reader* (Vol. 9). John Wiley & Sons.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mushaf Al-Hadi Perkata Latin dan Tajwid Latin. (2018). Jakarta: Maktabah Al-Fatih.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Artikel/Jurnal:

- Andriyani, A. (2019). *Kajian Literatur pada Makanan dalam Perspektif Islam dan Kesehatan*. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 15(2), 178-198.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). *Pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Chatime*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239-256.
- Budiarti, A. P., Yasri, Y., & Masdupi, E. (2019). *Pengaruh Country of Origin, Brand Familiarity, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Padang*. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 1-10.

- Fristiana, D. A., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(2), 118-127.
- Herdiana, T., & Alamsyah, D. P. (2017). *Country of Origin dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 31-40.
- Ilman, S. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal MUI Pada Produk J. CO DONUTS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2 (1), 111-120.
- Kusumaningrum, D. A., & Setiawan, D. P. (2021). *Pengaruh Promo Cashback Berbagai Jenis e-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Chatime Indonesia)*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 139-147.
- Kusumaningtys, G. D. (2017). *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Persepsi Kualitas Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian (Studi Pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli Mobil Toyota Avanza Dijkarta)*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijayamalang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1).
- Laroche, M., Papadopoulos, N., Heslop, L. A., & Mourali, M. (2005). *The Influence Of Country Image Structure On Consumer Evaluations Of Foreign Products*. *International Marketing Review*, 22(1), 96-115.
- Lie, R., & Jokom, R. (2018). *Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap minat reservasi hotel bintang 4 dan atau bintang 5 melalui citra merek sebagai variabel perantara*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Mahyarni, M. (2013). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Maligan, J. M., & Aisya, A. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bubble Tea*. In *Seminar Nasional Teknologi Pangan* (Vol. 1, pp. 76-84).
- Nengsih, Y. C. (2018). *Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewah Yogyakarta* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).

- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). *Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Putri, S. R., & Andarini, S. (2022). *Persepsi Pencantuman Label Halal, Label BPOM, Dan Tanggal Kadaluarsa Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Minuman Ready To Drink Di Surabaya. I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 8(1), 1-18.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- 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.
- Satria, M. N. D., Mahfud, I., & Surahman, A. (2021). *Pelatihan Penerapan Aplikasi Tes Kebugaran Jasmani Pada Ekstrakurikuler Olahraga SMK Pelita Pesawaran. Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 108-112.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). *The Effect Of Halal Certification And Halal Awareness Through Interest In Decisions On Buying Halal Food Products. Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65-79.
- Shaari, J.A., & Arifin, N. (2009). *Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. In: American Business Research Conference*, 28-29 Sept 2009, New York, USA.
- Srikatanyoo, N., & Gnoth, J. (2002). *Country image and international tertiary education. Journal of Brand Management*, 10, 139-146.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, D. E. (2016). *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis*, 38 (1).
- Suwarto, S., & Nasikah, D. (2021). *Pengaruh Country Of Origin dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Import di Kota Metro. Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 2(2), 61-70.
- Tania, L. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Chatime Cabang Supermall Lippo*

Karawaci (Doctoral dissertation, Kodeuniversitas041060# UniversitasBuddhiDharma).

Tranggono, D., Putri, A. N., & Juwito, J. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun @nacificofficial.id*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141-155.

Yasmeardi, F. Y., Rizke, D., & Fernando, N. (2020). *Pengaruh Inisiatif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Koto Tangah Kota Padang*. *Jurnal Public Administration, Business and Rural Develoment Planning*, 1(2), 46-55.

Wahyuningsih, D. S. (2021). *Analisis Respon Konsumen Muslim Terhadap Kedai Kopi Yang Belum Bersertifikat Halal*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 2(1), 1-14.

Wijaya, A., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2020). *Kajian Tentang Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan dalam Perspektif Theory of Planned Behavior*. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 141-151.

Sumber Internet:

Bali Ekbis, “Rayakan Pencapaian ke-300 di Indonesia, Chatime Hadirkan Berbagai Program dan Inovasi”, <http://www.baliekbis.com/rayakan-pencapaian-ke-300-di-indonesia-chatime-hadirkan-berbagai-program-dan-inovasi/>. (diakses pada tanggal 5 Juni 2023)

Boyke P. Siregar, “Chatime Akan Tambah 16 Gerai hingga Akhir 2019”, diakses pada tanggal 13 Nov 2022. <https://wartaekonomi.co.id/read255201/chatime-akan-tambah-16-gerai-hingga-akhir-2019.html>

Cindy Mutia Annur, “Seberapa Sering Konsumen Minum Boba, Es Kopi, dan Es Teh Kekinian?”, Diakses pada tanggal 12 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/seberapa-sering-konsumen-minum-boba-es-kopi-dan-es-teh-kekinian>

Chatime.co.id, diakses pada 11 November 2022. <https://chatime.co.id/store-locations>

Dwi Latifatul Fajri, “Daftar Lima Negara Muslim Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor Satu”, diakses pada tanggal 3 Oktober 2022. <https://katadata.co.id/agung/berita/6298603b1c4ef/daftar-5-negara-muslim-terbesar-di-dunia-indonesia-nomor-satu>

- Kawan lama *group*, <https://www.kawanlamagroup.com/brand/chatime> (diakses pada tanggal 5 Juni 2023)
- Mastuki HS. (Kepala Pusat Registrasi dan Sertifikasi Halal, BPJPH, “*Update Sertifikasi Halal di Indonesia: Ekspektasi dan Kenyataan*”, diakses pada tanggal 14 Okt 2022. <https://kemenag.go.id/read/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-8njgk>
- Monavia Ayu Rizaty, “Pengeluaran Gen X untuk Makanan Halal Paling Besar di Indonesia”, diakses pada tanggal 5 April 2023. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pengeluaran-gen-x-untuk-makanan-halal-paling-besar-di-indonesia>.
- Pressrelease.id, “*Deretan Manisnya Momen Ramadan Bersama Chatime*”, diakses pada 5 April 2023. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/deretan-manisnya-momen-ramadan-bersama-chatime>.
- Reza Pahlevi, “*Pasar Boba Indonesia Terbesar Di Asia Tenggara*”, Diakses pada tanggal 13 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/27/pasar-boba-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>.
- Vika Azkiya Dihni, “*5 Brand Minuman Teh Kekinian Indonesia Yang Paling Banyak Dikonsumsi*”, diakses pada tanggal 13 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/ini-5-merek-minuman-teh-kekinian-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat>.
- Wahid, “*Ada 28 Gerai Hanya dalam Waktu Dua Tahun*”, <https://www.marketing.co.id/ada-28-gerai-hanya-dalam-waktu-dua-tahun/>. (diakses pada tanggal 5 Juni 2023).