

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2258–2273. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.747>
- Febriyanti, D., Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2024). Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Mixue di Kabupaten Sumenep. *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 224–240. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i1.3353>
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed)* (Lima). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hair J. F., Anderson R. E., Babin B. J., & B. W. C. (2020). *Multivariate data analysis*. Perusahaan penerbitan Macmillan.
- Indriani, H., & Bambang Sumantri, R. B. (2021). Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Campina. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 2(2), 35–52. <https://doi.org/10.37087/jtb.v2i2.23>
- Islamiati. (2023). Industri MaMin Diproyeksikan Tumbuh 10 Persen Pada 2024, Terdorong Tahun Politik. *Ekonomi.Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230718/257/1675988/industri-mamin->

diproyeksikan-tumbuh-10-persen-pada-2024-terdorong-tahun-politik

- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiyati, K., Damayanti, A. P., Khanasah, F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ice Cream Mixue. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*.
- Keller, P. K. & K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Keempat). Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management Fourteenth Edition*. Erlangga.
- Naim, A. A., Sedayu, A., Usman, U., & Hariyadi, G. T. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Joyday Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 255–263.
<https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2199>
- Noor, C. K. putri dan trisna insan. (2018). Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Ice Cream Mixue di Madiun. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 53(9), 1689–1699.
- Ridwan, P. P. (2024). *Top Brand Es Krim Indonesia*. <https://goodstats.id/article/5-top-brand-es-krim-pilihan-anak-muda-indonesia-cek-merek-kesukaanmu-cXIrD>
- Rifzqi, S. A., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas

Pelayanan , dan Citra Merek Terhadap Minat Beli di Ice Cream Mixue Kelapa Dua Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 74–81.

Sanjani, A. akbar M. R., & Kuwat, R. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Mixue Ice Cream pada Gerai Mixue Pasar Bersih Jababeka. *Jurnal Tinjauan Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 1443–1449.

Sari. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Mixue Ice Cream & Tea Cabang Pejanggik. *NBER Working Papers*, 123. <http://www.nber.org/papers/w16019>

Sipayung. (2024). *Dinamika Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2023*. Setkab.Go.Id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5653/pemerintah-optimis-indonesia-tumbuh-solid-di-2024-dan-lebih-baik-lagi-di-2025>

Solikhah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness, Harga, dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mixue Ice Cream di Kota Purwokerto. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2588–2593.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Suswardji. (2019). *Desain produk*. Erlangga. Jakarta.

Swastha, B. dan I. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. ANDI. Yogyakarta.

Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS (Pertama)*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 (Kedua)*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.