

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Dermawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mujito. Muharam, H. Adyas, D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardi. (2015). *Hukum Dagang Suatu Pengantar*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3X Baca*. Sleman: Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama).

B. Jurnal

- Armahadyani. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makanan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 68-98.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol. 3, 14-34.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif hukum Islam. *Episteme*. Vol. 8, No.1, 135-154.
- Familmaleki, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2015). Analyzing The Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 1-6.

- Hamonangan, F. I., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Laundry (Studi Kasus Pada Konsumen Simply Fresh Laundry di Tembalang, Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Political Of Science* , 1-11.
- Hendarsono, G., & Sugiharto, S. (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1, No. 2* , 1-8.
- Justitie, D., Suddin, A., & Widajanti, E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia. Vol. 13* , 243-253.
- Margawati, C. A. (2020). Harga, Kualitas Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Franchise Burgertops. *IQTISHA Dequity* , 1-10.
- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen . Vol. 5, No. 1* , 1-15.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMS). Vol. 3, No. 1* , 1-22.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal penelitian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 2, No. 2* , 10-21.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga , Promosi, dan kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemn dan Star-Up Bisnis. Vol.2, Nomor 1* , 46-53.

- Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Prouk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pasa Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 1* , 313-324.
- Utarsih, H., Rezana, L., & Anjani, I. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfacation Terhadap Customer Loyaty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebouy di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun* , 115-129.
- Wahuningtyas, Y. F. (2016). Pengruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Franchise Minuman. *Jurnal Kajian Bisnis. Vol. 24, No. 2* , 144-153.
- Wanita, N. (2016). Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Bilancia. Vol, 10, No. 1* , 27-50.

C. Skripsi

- Afrianti, N. E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Keju Prochiz (Studi Kasus Pada PT. Mulia Boga Raya). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana* .
- Akbar, M. A. (2013). Bisnis Waralaba (Franchise) Dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam. *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar* .
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro* .
- Farin, L. I. (2019). Analisis Sistem Waralaba (Franchise) Pada Sektor Makanan Menurut Prinsip Ekonomi Islam. *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya* .
- Lembang, D. R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II universitas

- Diponegoro). *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang* .
- Manurung, P. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan pembelian Ulang di Alfamart dan Indomaret (Studi di Alfamart an Indomaret Waralaba di Jalan Ratu Dibalau Tanjung Senang, Bandar Lampung). *Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung* .
- Mawarsari, I. (2018). Penaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo. *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta* .
- Pamujo, N. Y. (2011). Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise (Studi Kasus Kedai Digital 7 di Semarang). *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang* .
- Putra, F. A. (2020). Tinjauan hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli. *Skripsi: Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* .
- Susanto, A. (2013). Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produ Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmilati. *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang* , 34.
- Utami, D. (2018). Pengaruh Harga Dan Promosi Produk Minuman Waralaba Dalam Menghadapi Persaingan Pasar (Studi Kasus Minuman Merk Nyoklat Klasik). *Skripsi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta* , 24-26.

D. Tesis

Setyaningsih, R. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Kedai Kopi DOME di Surabaya). *Tesis: Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang* .

Shrestha, A. (2015). Effect of Sales Promotion Purchasing Desicion of Customer a Case Study of Baskin robbins Ice-Cream Franchise Thailand. *Thesis Master of Business Administration Bangkok University* .

E. Website

Zuhriyah, D. A. (2019, Agustus 22). *Industri Waralaba: Pertumbuhan Ditarget 10% Tahun Ini, Segmen Mamin Jadi Penompang*. Retrieved Oktober 19, 2020, from m.bisnis.com:

<https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20190822/12/1139761/industri-waralaba-pertumbhan-ditarget-10-tahun-ini-segmen-mamin-jadi-penompang>

By Ucr88 (2023, Februari 13). Franchise-Waralaba.com: Franchise MaoMao Thai Tea. Mei 09, 2023, Franchise-Waralaba.com
<https://www.franchise-waralaba.com/franchise-maomao-thai-tea>