

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*.
- Alfarizi, Moh. K., & Widyastuti, Rr. A. Y. (2023, January 15). *Penjelasan Lengkap Es Krim Mixue: Belum Punya Sertifikat Halal, Bukan Berarti Tidak Halal*. <https://bisnis.tempo.co/read/1679782/penjelasan-lengkap-es-krim-mixue-belum-punya-sertifikat-halal-bukan-berarti-tidak-halal>.
- Amril Anas. (2019). Pengaruh Kenikmatan Makanandan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Sate Padang Kupa. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4, 2548-429x.
- Anggalia Wibasuri, T. T. Y. A. S. (N.D.). *Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee*. <https://dvs.co.id/27>
- Ariesandy, P., & Amanda Zuliestiana, D. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop The Influence Of Social Media Marketing Via Instagram On Purchase Intention Of Ladyfameshop Consumers*.
- Aswan, D. T., & Aqsa. (2022, December 13). *Mixue Kenapa Viral Di Tiktok, Twitter, Instagram? Mengenal Es Krim Asal China Kini Trending Topik Mixue Kenapa Viral Di Tiktok, Twitter, Instagram? Mengenal Es Krim Asal China Kini Trending Topik*. <https://sultra.tribunnews.com/2022/12/30/mixue-kenapa-viral-di-tiktok-twitter-instagram-mengenal-es-krim-asal-china-kini-trending-topik?page=2>.
- Dahmiri. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/kinerja>, 194–201.
- Dewi Andriani, R. V. N. (2021). Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Pada Enam Restoran Jepang Di Kota Makassar). In *Hospitality And Gastronomy Research Journal* (Vol. 3).
- Dyah Setyaningsih, E., & Marwansyah, S. (2019). *Syi'ar Iqtishadi The Effect Of Halal Certification And Halal Awareness Through Interest In Decisions On Buying Halal Food Products* (Vol. 3, Issue 1). [www.Republika.Go.Id](http://www.republika.go.id)
- Fitriyani, E. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4, 577–586.

- Istikhomah. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z Smartphone Oppo Di Kabupaten Sragen)*.
- Izzuddin, A. (2018). The Effect Of Halal Labels, Halal Awareness And Food Materials On Interest To Buy Culinary Foods. In *Jurnal Penelitian Ipteks* (Vol. 3, Issue 2). [Www.Halalmui.Org](http://www.Halalmui.Org)
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018a). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang*.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018b). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang*.
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2020). *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus Pada Pt. Aa Mapan Perkasa Tahun 2020)*.
- Nofriyanto Ahmad. (2018). *Pengaruh Online Food Delivery, Kualitas Produk, Halal Awarness Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Kuliner Di Yogyakarta*.
- Pratiwi, A. E., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). *Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Masyarakat Kota Madiun)*.
- Putri, D. L., & Hardiyanto, S. (2022, December 29). *Ramai Di Media Sosial, Ini Serba-Serbi Soal Mixue*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/12/29/205600565/Ramai-Di-Media-Sosial-Ini-Serba-Serbi-Soal-Mixue>.
- Salasbila, I. E., & Ramdhan, D. (2022). Influence Of Tiktok Marketing Content And Halal Awareness On Purchasing Decisions With Bpom Attributes As Intervening. *International Journal Of Education, Information Technology And Others*, 5(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6578761>
- Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022). *Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)*.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, Dan Review Content Terhadap Minat Beli Pada Umkm Produk Organik. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Tim Detiknews. (2023, January 17). *Mixue Ditegur Lppom Mui Gegara Pasang Logo Halal Di Gerainya*. <https://www.detik.com/jateng/berita/D->

6520214/Mixue-Ditegur-Lppom-Mui-Gegara-Pasang-Logo-Halal-Di-Gerainya.

Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia*.

Wahyu Widyaningrum, P. (2019). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. [Http://E-Journal.Unipma.Ac.Id/Index.Php/Capital](http://E-Journal.Unipma.Ac.Id/Index.Php/Capital)

Wibasuri Anggalia, T. T. Y. A. S. (2020). *Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee*. [Https://Dvs.Co.Id/27](https://Dvs.Co.Id/27)

Wulandari, P. A. (2022, September 12). *Es Krim Mixue Yang Viral, Apakah Sudah Mendapatkan Label Halal?* [Https://Jatenglive.Com/Tampil-Berita-Detail/Es-Krim-Mixue-Yang-Viral--Apakah-Sudah-Mendapatkan-Label-Halal-](https://Jatenglive.Com/Tampil-Berita-Detail/Es-Krim-Mixue-Yang-Viral--Apakah-Sudah-Mendapatkan-Label-Halal-).