

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, Maret 30). *Penjualan Es Krim Naik selama Pandemi, Tembus Rp6 Triliun pada 2021*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/30/penjualan-es-krim-naik-selama-pandemi-tembus-rp6-triliun-pada-2021>
- Andriani, D. (2021, Desember 08). *Ini Sektor Waralaba yang Masih Berpotensi Tumbuh, Bisa Jadi Peluang Bisnis 2022*. Retrieved from Bisnis.com: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20211208/263/1474950/ini-sektor-waralaba-yang-masih-berpotensi-tumbuh-bisa-jadi-peluang-bisnis-2022>
- Annur, C. M. (2022, 12 29). *Mixue Punya Gerai Terbanyak ke-5 di Dunia, Burger King Kalah*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>
- Apriliani, R. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 112-121.
- Aswar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (n.d.). Retrieved April 7, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161927/pp-no-39-tahun-2021>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (n.d.). *Tentang BPJPH*. Retrieved April 21, 2023, from [bpjph.halal.go.id: https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph](https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph)
- Bakhtiar, A., Ningsih, N. R., & Sari, N. M. (2021). Impact of Brand Image, Halal Status, and Government Certification on Purchasing Decisions for Food and Beverages. (pp. 1806-1813). Brazil: IEOM Society International.
- Budiarti, L., Wijayanti, R. F., & Yulisyawati, T. (2019). Pengaruh Halal Certification dan Halal Awareness Terhadap Minat Pembelian Produk Gunaan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 13(2), 150-155.
- Desafitri, L., Ingkadijaya, R., & Angelina, S. C. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli di Koi Thé Mall Central Park Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 213-222.
- DinarStandard. (2022). *State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity*. Dubai: DinarStandard.

- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi, A. A. (2022, Oktober 24). *Laris Manis! Mixue Punya 21.000 Gerai di China hingga Ekspansi ke Indonesia*. Retrieved from detikFood: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6365628/laris-manis-mixue-punya-21000-gerai-di-china-hingga-ekspansi-ke-indonesia>
- Faturohman, I. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal (Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 882-893.
- Fauzia, D. R. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk Di Kota Malang*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibie, H. M., & Donna, D. R. (2020). Factors That Influence The Intention To Purchase Halal Food Products (Case Study Of Universitas Gadjah Mada Students). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 83-95.
- Hair, e. a. (2018). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*. Upper Saddle: Prentice Hall.
- Hamdani , A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2), 198-212.
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 45-58.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasanah, A. N., & Nasution, O. B. (2023). The Effect of Electronic Word Of Mouth, Viral Marketing, Halal Certification, and Brand Image on Purchase Decisions of Mixue Ice Cream & Tea. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 2(4), 425-438.
- Izzuddin, A. (2018). Penagruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.

- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*, 6(2), 1-17.
- Karnadi, A. (2022, Januari 12). *8 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar, Ada Indonesia?* Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/8-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-ada-indonesia>
- Kasnelly, S., & Jalil, A. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal. *Al-Mizal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 21-43.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United Kingdom: Pearson.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023, Maret 18). *Gelar Kampanye di 1.000 Titik, Kemenag Ingatkan Wajib Sertifikasi Halal pada 17 Oktober 2024*. Retrieved from kemenag.go.id: <https://kemenag.go.id/pers- rilis/gelar-kampanye-di-1000-titik-kemenag-ingatkan-wajib-sertifikasi-halal-pada-17-oktober-2024-shzmx3>
- Komalasari, T. D. (2022, Desember 26). *7 Rahasia Sukses Mixue, Bermodal Uang Nenek hingga Punya 21.000 Toko*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/tiakomalasari/berita/63a96dfe2f08b/7-rahasia-sukses-mixue-bermodal-uang-nenek-hingga-punya-21000-toko>
- Kontan.co.id. (2021, Desember 01). *Industri waralaba tetap tumbuh di tengah pandemi dan sokong ekonomi Indonesia*. Retrieved from nasional.kontan.co.id: <https://nasional.kontan.co.id/news/industri-waralaba-tetap-tumbuh-di-tengah-pandemi-dan-sokong-ekonomi-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management Sixth Edition Global Edition*. New York City: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kumparan.com. (2020, Agustus 28). *Kemendag: Ada 81 Ribu Waralaba di Indonesia, yang Terdaftar Baru 100*. Retrieved from kumparanBISNIS: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kemendag-ada-81-ribu-waralaba-di-indonesia-yang-terdaftar-baru-100-1u5e5WLBvca/full>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868-884.
- Muslimah, N. A. (2018). Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus SuperKue Bogor). *Al Amwal*, 41-57.
- Narasi Newsroom. (2023, Januari 01). *Mimpi Mixue Berawal dari Usaha Es Serut*. Retrieved from Narasi Newsroom on Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cm3REncBHRx/>
- Neo Soho. (n.d.). *MIXUE-ICE-CREAM-Logo*. Retrieved Mei 3, 2023, from neosohojakarta.com: [https://neosohojakarta.com/?attachment\\_id=8193](https://neosohojakarta.com/?attachment_id=8193)
- Nurhayati, H. (2022, November 23). *Internet usage in Indonesia - statistics & facts*. Retrieved from statista.com: <https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/#topicOverview>
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, dan Religiusitas terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 294-304.
- Pusat Data dan Analisa Tempo. (2022). *Perkembangan Bisnis Waralaba yang Digemari*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Rakhmawati, A. (2019). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dan Keputusan pembelian. *Sketsa Bisnis*, 5(1), 49-59.
- Reily, M. (2018, Juli 20). *Transaksi Industri Waralaba Diprediksi Tumbuh Hingga 15% Tahun Ini*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a55e3bd454/transaksi-industri-waralaba-diprediksi-tumbuh-hingga-15-tahun-ini>
- Roziqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(1), 60-70.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behavior, Global Edition* (11th ed.). New York: Pearson.
- Seputar Kerja. (2022, Desember 16). *Strategi dan Inovasi Franchise MIXUE Kuasai Pasar Es Krim Dunia*. Retrieved from Seputar Kerja: <https://seputarkerja.id/franchise-mixue/>
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Shaari, J. N., & Arifin, N. M. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444-456.
- Sinaga, T. B. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Kopi Kenangan Sun Plaza Medan (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB USU) (Skripsi)*. Medan.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (1 ed.). Depok: Rajawali Pers.
- SindoNews. (2020). *Bisnis Waralaba Makin Digandrungi, Mendag: Tren Terus Meningkat*. Retrieved Maret 8, 2023, from <https://ekbis.sindonews.com/read/168712/34/bisnis-waralaba-makin-digandrungi-mendag-tren-terus-meningkat-1600405747>
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Stella. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli di Sociolla di Jakarta . *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(6), 611-616.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (3 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Triana, U. (2021). 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(2).
- Ulya, M. Z., Rohman, F., & Sunaryo. (2022). The Factor Of Awareness and Purchasing Decision Of Ice Cream Based On Halal Label. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4), 1001-1013.
- Valliappan, A. (2022, Oktober 04). *Will Mixue overtake McDonald's as the world's largest F&B chain?* Retrieved from [thelowdown.momentum.asia](http://thelowdown.momentum.asia):

<https://thelowdown.momentum.asia/will-mixue-overtake-mcdonalds-as-the-worlds-largest-fb-chain/>

Vedhitya, M. (2023, Maret 19). *Simak 3 Merek Ice Cream Pilihan Gen Z pada Tahun 2023*. Retrieved from Marketeers.com: <https://www.marketeers.com/simak-3-merek-ice-cream-pilihan-gen-z-pada-tahun-2023/>

Wibasuri, A., Tamara, T., & Sukma, Y. A. (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 68-78.

PEPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA