

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Karim

- Adinugraha, H. H., Isthika, W., & Sartika, M. (2017). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 1(3), 182. <https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>
- Aisyah, S., Agustawan, A., Nurwanita, N., & Fatma, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 67–66. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.23.59-75>
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 191–206. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.247>
- Asiyah, S., & Hariri, H. (2021). Perilaku Konsumen Berdasarkan Religiusitas. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 5(2), 156. <https://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1533>
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jeba*, 13(1), 2.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. (2019). *ANALISIS DAMPAK EKONOMI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBELUM DAN SESUDAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI Studi Kasus Pengusaha Mikro Kabupaten Aceh Barat Daya Tahun 2012-2016*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Ilfa, N. (2021). Perbedaan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Setelah Adanya Covid-19. *Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id*, 19. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/19825-Full_Text.pdf
- Isa, M., Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 3–5. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.123>
- Kaidah, N. (2018). *PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG]. http://repository.radenintan.ac.id/5836/1/SKRIPSI_NUR_KAIDAH.pdf
- Khairam, R. N. (2023). *Begini Tanggapan Pakar Strategi Pemasaran UNAIR Soal Menjamurnya Gerai Mixue di Indonesia*. Unair News. <https://unair.ac.id/2023/01/05/>
- Mansyuroh, F. A. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal Pada Muslim Generasi Z di Banjarmasin. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v11i1.3544>
- Nur Asriana, Sofyan Bacmid, Syaifullah MS, & Abdul Jalil. (2021). PENGARUH PERSEPSI DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 84–85. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.50.82-100>
- Ramadhani Putri, Andarini, sonja. (2022). Persepsi Pencantuman Label Halal, Label Bpom, Dan Tanggal Kadaluarsa Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Minuman Ready To Drink Di Surabaya. *Research Journal on Islamic Economics*, 8(1), 2–3.
- Resti, A. A. (2022). Persepsi Generasi Milenial dalam Memilih Produk Bersertifikat Halal di Jakarta. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 58. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.533>
- Sanjayawati, H., Muar, M. R., Syahfitri, A. A., & Azizah, Y. N. (2022). *Dalam*

Hukum Islam Analysis of Community Perception of Interest in Prohajj Products in Islamic Law. 5, 78–79.

Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syahputro, D., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Harmoni Lestari Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v3i1.39>

Wijaya, J. (2018). *ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE RGEC SEBELUM DAN SESUDAH GO PUBLIC (Studi Pada Bank Panin Dubai Syariah Periode 2011-2016)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.

Windi Novita. (2021). *PENGARUH RELIGIUSITAS, LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KEMASAN PADA MASYARAKAT MUSLIM KABUPATEN MERANGIN*. Universitas Jambi.

Website:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara>

<https://katadata.co.id/rezzaaji/ekonopedia/63aa6b1704b8b/profil-mixue-perusahaan-es-krim-dan-teh-tiongkok-yang-aktif-ekspansi>

<https://mui.or.id/berita/49191/tetapkan-kehalalan-mixue-ice-cream-tea-mui-produknya-halal-dan-suci/>

<https://mixue.co/>

<https://www.indopos.co.id/gayahidup/2023/06/03/mayoritas-gen-z-dan-milenial-suka-fast-food-dan-minum-kopi/>