

## ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim, merupakan pasar potensial bagi industri minuman yang saat ini berkembang pesat termasuk Mixue yang berasal dari Tiongkok. Namun, banyaknya alternatif pilihan seringkali membuat konsumen sulit dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konten tiktok, sertifikasi halal, lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mixue pada konsumen muslim di kota Pasuruan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dipakai untuk mengukur variabel-variabel serta Tingkat hubungan pengaruh antara variabel satu terhadap yang lain. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey dengan mengumpulkan responden dengan menggunakan kuisioner. Dengan menggunakan studi literatur, buku, web sebagai sumber data sekunder.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya yang mempengaruhi keputusan konsumen muslim Mixue di kota Pasuruan yaitu pengaruh konten tiktok dengan nilai signifikansi sebesar 0,304, sertifikasi halal dengan nilai signifikansi 0,026, faktor lokasi dengan nilai signifikansi -0,039, faktor harga dengan nilai signifikansi 0,097, dan faktor kualitas pembelian dengan nilai signifikansi 0,357.

**Kata Kunci:** *Mixue, Keputusan Pembelian, Pasuruan*

## ABSTRACT

Indonesia, with a predominantly Muslim population, is a potential market for the rapidly growing beverage industry, including Mixue, a Tiongkok beverage. However, the multitude of alternative options often makes it difficult for consumers to make informed decisions. Therefore, this study aims to analyze the influence of TikTok content, halal certification, location, price, and product quality on Mixue purchasing decisions among Muslim consumers in Pasuruan.

This study uses a quantitative approach to measure variables and the degree of influence between them. This type of research is a survey, collecting respondents using a questionnaire. Literature studies, books, and websites served as secondary data sources.

The results of this study state that the factors influencing the decisions of Muslim Mixue consumers in Pasuruan city are the influence of TikTok content with a significance value of 0.304, halal certification with a significance value of 0.026, location factors with a significance value of -0.039, price factors with a significance value of 0.097, and quality product factors with a significance value of 0.357.

**Keywords:** *Mixue, Buying Decision, Pasuruan*