

DAFTAR PUSTAKA

- Al-quran Tajwid & Terjemah. 2015. **Jawa Barat. CV Penerbit Diponegoro**
- Alfian, Ian & Marpaung, Muslim. 2017. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. **At-Tawassuth, Vol. 2, No.1, 2017: 122-145.**
- Ancok, Djameludin dan Fuat Nasori Suroso. 2011. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. **Cetakan VIII. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset).**
- Arifin, Nur Latif. 2017. *Analisis pengaruh Persepsi Kualitas, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)*
- Aulia, Nur Almira, 2018. *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan kemasan Berlabel Halal.*
- Bulan, Tengku Putri Lindung & Rizal, Muhammad. 2016. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. **jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 5, No.1, Mei 2016**
- Ghufron M. Nur & Risnawita S. Rini. 2017. *Teori-teori Psikologi*. **Jogjakarta. AR-RUZZ MEDIA.**
- Herzegovina, Hekmatiar & Arini. *Pengaruh Store stmosphere, variasi produk, dan word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Waroenk Ora Umum Purwokerto*. **Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP. 2019.**
- Isfiandi, M. Ain Amirudin. 2019. *Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile pada PT. Surya Asia Abadi di Pekanbaru*. **Jurnal akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis.**
- Katarika, Dita Murinda & Syahputra, 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung*. **Jurnal Ecodemica, Vol. 1 No. 2 Septmber 2017.**
- M.Imamudin. 2017. *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi t.a 2016/201*. **[Jurnal]. Bukittinggi. FTIK IAIN Bukittinggi.**

Njoto, Tomi Kurniawan. 2016. *Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bumi anugerah*. **Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis** Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016.

Nurrahman, Indra & Utama, RD Dian. 2016. *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC)*. **Journal of Business Management and Entrepreneurship Education** | Volume 1, Number 1, April 2016, hal.54-63.

Pradwika, Disa Fitri & Suddharto P.Hadi. 2018. *Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-commerce Zalora.co.id (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Jakarta)*. **Diponegoro Journal of Social and Politic**

sinaga, Yuliana & Harti, 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Its Milk Sidoarjo*.

Sugadji, Etta M & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET.

Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. ANDI OFFSET.

Swasta DH, Basu. 1996. *Azaz-azaz marketing*. Yogyakarta. Liberty Yogyakarta

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/konsumsi-mi-istan-indonesia-turun>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/13/182909026/indonesia-peringkat-pertama-untuk-konsumsi-makanan-halal-dunia>

<https://forlap.ristekdikti.go.id/peguruauntinggi/detail/NTZENkQ5QzYtQjE2RC00NzQ0LUFCQTQtMkJGRkEyNTMlOUMy>

https://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI

<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html>

<https://www.pelajaran.co.id/2019/02/pengertian-religiusitas-ciri-fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html>

<https://seller.shopee.co.id/edu/article/345> variasi produk