

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian dan Marpaung (2017). Pengaruh Label halal, brand, dan harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017: 122-145
- Amilia dan Asmara (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, Mei 2017. ISSN : 660-669
- Amron (2018). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars*. *European Scientific Journal* May 2018 edition Vol.14, No.13, ISSN: 1857-7881.
- Astuti dan Hakim (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 4, No. 1. E-ISSN : 2623-2634
- Bulan, Fazrin, dan Rizal (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2, November 2017.
- Brata, et al (2017). *The Influence of Quality Products, Price, Promotion and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. *Saudi Journal of Business and Management Studies*. 2433-445.
- Chandra dan Santoso (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *AGORA* Vol. 8, No. 1.
- Deisy, Lopian, dan Mandagie (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN : 2303-1174.
- Fajar dan Sugiyanto (2020). *The Influence of Product Quality, Service Quality, Product Differentiation, Price Perception, and Promotion On Purchasing Decision of Gostreet Beauty Products*. *HUMANIS (Humanities, Management, and Science Proceedings)*, Vol.1, No.1, November 2020. ISSN (online) : 2246-4482. ISSN (print) : 2746-2250.
- Ghozali (2016). Aplikasi Analisis Muktivariete (dengan program IBM SPSS 23). badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Gursita dan Rose (2018). Pengaruh Marketing Mix dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita di Kota Padang. *EcoGen*. Vol.1, No.4. 5 Desember 2018. ISSN : 2654-8429.
- Harahap dan Arafah (2017). Pengaruh Citra Perusahaan dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1.
- Hasan (2020). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasbiyadi, dkk (2017). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera pada PT. Sungai Saddang Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi)*. ISSN : 1907-5480. No, XXII. Oktober 2017.
- Iwan dan Saputra (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe pada PT Prima Bintang Distribusindo. *Jurnal Magisma*. Vol. VIII, No. 2. E-ISSN : 2685-1504.P-ISBN : 237778X
- Konoras (2017). *Jaminan produk halal di Indonesia perspektif hukum perlindungan konsumen*. Depok: Rajawali Pers. 2017.
- Kotler dan Keller (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurnianingsih dan Sugiyanto (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia. *Jurnal Universitas Pamulang*. Vol. 1, No. 1 .
- Kurniawan dan Sigit (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral AQUA di Indomaret Subuh Kabupaten Batang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. Vol.7, No.2, November 2020. ISSN : 2356-2439.
- Latte, dkk (2020). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kalimantan. *Inovatif*, Vol.2, No.2, Agustus 2020. ISSN : 2685-855x

- Maupa, dkk (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI*, Vol. 16, No. 2, Oktober 2019. ISSN : 3228-3255.
- Monalisa (2016). Variabel-variabel Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam pembelian produk Tupperware pada PT. Syamdifa Salsa Utama di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2016, 4 (1):198-210. ISSN : 2355-5408.
- Noviyanti (2020), Pengaruh Label Halal, Brand Equity, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Universitas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Nurhayati (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JBMA Vol. IV*, No. 2, September 2017. ISSN : 2252-5483.
- Roscoe (1982). *Research Methods for Business*. New York. Mc Graw Hill.
- Samboro, dkk (2020). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Makanan Cepat Saji Hokben. *SENABISMA (Seminar Nasional Administrasi Bisnis dan Manajemen)*. ISSN: 2442-5486, Vol. 6, 07 Oktober 2020.
- Sangadji dan Sopiah (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Himpunan Jurnal Penelitian Edisi Pertama. Andi Yogyakarta.
- Simamora, dkk (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*. Vol. 4, No. 3.
- Sudaryanto, dkk (2019). *Influence of Brand Image, Price, and Promotion on Consumer's Buying Decision of Fast Moving Consumer's Good with Culture as a Moderating Variable in Basmallah Retail Store in Indonesia*. *International Journal of Scientific & Technology Research* Volume 8, Issue 03, March 2019, ISSN 2277-8616
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supangkat dan Supriyatin (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.6, No.9, September 2017, eISSN : 2461-0593

Supriyadi, dkk (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3, No. 1. 2016.

Tarigan (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, ISSN : 2407-2648, E-ISSN :2407-263X

Tjiptono (2012). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Utami (2013). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli Produk Kometik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Wulandari dan Iskandar (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol.3, No.1, Februari 2018: 11-18. P-ISSN 2527-7502. E-ISSN 2581-2165.

<https://cpfood.co.id/about>

<https://infobrand.id/persaingan-merek-sosis-di-ranah-digital-champ-paling-populer.phtml>

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

[www.pom.go.id](http://www.pom.go.id)

[www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)