

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, R. (2017). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Keyakinan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Uin Walisongo Semarang*. Skripsi. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianti & Samboro *PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PIZZA HUT SOEKARNO HATTA MALANG* (Studi Pada Jama'ah Masjid Abdullah Dan Cahyaning Ati Perumahan Permata Jingga Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol 6, No 1.
- Firmansyah. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Edisi 4. : Semarang.
- Djaeni, A. S. (2009). *Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Jhon W Mullins, & Walker, J. O. (2012). *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach*. New York: Mc Graw-hill.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, & Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Jilid 1 PT.Indeks.
- Kotler dan Armstrong (2013), *Principle of Marketing*. NewJearsey: *Pearson Education Limited*.
- Lupiyoadi, & Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selamba Empat.
- Mahendriana, B. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negara Pekalongan.
- Maisyarah, & Ismaulina. (2020). *Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek dan Harga Terdapat Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe)*. *Jurnal Manajerial*. Vol 12, No 2.
- Majidah, N. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek dan Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie*. Skripsi. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unversitas Wiraraja.

- Manik, P. & Panjaitan. F. (2012). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*. Skripsi. Lembaga Penelitian Universitas HKBP NONMENSEN Medan.
- Marpaung, F. K., Arnold. M. W., & Aloyna. S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. Jurnal Manajemen. Vo 7, No1.
- Miftahuddin, M. A., Wibowo. A. D. A., & Alfalisyanto. (2020). *Analisis Religiusitas, Halal Brand Personality dan Norma Subyektif Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Remaja di Kota Purwokerto*. Al Tijarah. Vol 6, No 3.
- Mutakin, A. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merk CLEO*. Skripsi. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Narto., Siti Hani Istiqomah., & Nursiti (2008). *Uji Kualitas Air Dan Pemurnan Air Menggunakan Lempung Aktif*. Jurnal Kesehatan Lingkungan. Vol 1, No2. hal 98-101.
- Nugraha, Ranu, Dkk, (2017). *Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 50. No. 5. hal 113-120.
- Paradis, W. S., Hidayat. Z., & Fauziah. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang)*
- Pratama, & Sugiyono. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 9 No.7
- Prayogo, R., Pratama D., & Azizah N. (2019). *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Diatribusi, Keputusan Pembelian: Studi Pada Produk Indonesia*. Jurnal Bisnis Indonesia, Vol 10. No 2. e-ISSN: 2461-0593.
- Rowiyani, & YPE, Y. A. (2020). *Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie di Minimarket Indomart Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta*. Jurnal of Marketing and Commerce, Vol 5, No 1.
- Royani. U. R. (2018). *Pengaruh Merek Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie*. Skripsi. Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Saladin, & DjSalim. (2013). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Cetakan Ketiga Linda Karya.

- Sahir, H., Ramadhani, A., & Tarigan, S. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Are Medan*. Jurnal Konseo Bisnis dan Manajemen. Vol 3, No 1.
- Schiffman & Kanuk. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Setyaningrum, N., Djoko, H., & Wijayanto, A. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedap Studi Kasus Pada Konsumen Mie Sedap di Kecamatan Tembalang*. DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIK.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V, Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistyo, M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan di Mirota Kampus C Simanjuntak Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academy Publishing Service).
- Siregar, L. A. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Pada Lingkungan IV Sitataring Kelurahan Batang Ayumijulu*. Skripsi. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Padang Sidempuan.
- Tjipton, & Fandi. (2012). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- <https://e-kompas.id/> diakses pada 5 November 2021
- <https://ulax.wordpress.com> diakses pada 26 Oktober (2021).
- <https://pddikti.kemdikbud.go.id/> diakses pada 5 November (2021).
- <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 5 November (2021)
- <https://www.republika.co.id>. Diakses pada 5 November (2021)
- <https://iprice.co.id> diakses pada 5 November (2021)

[Ini Daftar Mie Samyang Bersertifikat Halal MUI - Ekonomi Bisnis.com](#) diakses pda 5 November (2021)

- Wandasari. N. k. r. d., Mitariani. N. W. E., & Imbayani. I. G. A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap di Kota Denpasar*. Vol 1, No 3.
- Wardani, D., & Komara, E. (2021). *Faktor Pengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (*Journal of Economics, Management and Banking*), Vol 4, No 3, hal 90-101.
- Widodo. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wulansari, N., & Diponegoro, P. W. A. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merk Mie Sedap di Kecamatan Jebres Surakarta*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah, Vol 17, No 1.
- Yesi. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Kemasan Produk Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie*. Skripsi. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.