

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, U. A. A. U., Muammar, T. L. M., Dessy, F. Al. M. J., & Yusvita N., (2020). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 3 No 1, E-ISSN 2599-3410 | P-ISSN: 4321-1234.
- Bayu, D., Ningsih, G., Livia W, (2020). pengaruh produk, labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Chatime. *JURNAL SOSIAL EKONOMI PERTANIAN* Vol. 16, No. 3. p-ISSN 0853-8395; e-ISSN 2598-5922.
- Busrah. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa FKIP UNASMAN. Vol. 4, No. 2, No 2541-5212 - 2541-5220.
- Era S, Nilam S, & Khairul A, (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *jurnal ekonomi dan bisnis syariah*, volume. 2, NO. 1. E-ISSN: 2579-7042.
- Fachruddin, R., & Erlangga, S. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Mahasiswa Aktif S1 Akuntansi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 6(3), 426-432.
- Hanifah, N., & Ridwan, M. (2021). Pengaruh Label Halal Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Ainiqua (Studi Pada Konsumen Di 212 Mart Garuda). *JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE*, 2(1), 49-60.
- Hernama. & Lies, H. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa. *UG JURNAL VOL.15*.
- Imamuddin. (2020), Pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kemasan oleh mahasiswa PTKIN Se-sumatera Barat *jurnal* Vol. 5 No.1, ISSN: 2502-9649 Online-ISSN: 2503-3603.
- Imamuddin, M. (2018). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 1(1).

- Intan N, & Setiawan. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol.7 No.2. e-ISSN 2442-3026.
- Irsyad A, & Anik L., (2022). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Indomie. Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis Vol. 27 No. 1. E-ISSN: 2776-2165.
- Juniwati. (2019). Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan.
- Lisdiani dan Annisa. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Vol. 2, No. 1.
- Mahendri, et al., (2020), The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. Volume 3, No 3, e-ISSN: 2615-3076, p-ISSN: 2615-1715.
- Niswah. (2018). Hubungan Persepsi dan Religiusitas Pengaruh hubungan persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal. Jurnal Middle East and Islamic Studies Vol 5 No 1
- Pratama dan Sugiyono. (2020). pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 9, Nomor 7. e-ISSN: 2461-0593.
- Rifqi, S. & Zaky, Wahyuddin, A. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen). Vol 3 No 2.
- Segoro dan Nugraha. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman kemasan teh botol sosro. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 1 Nomor 1. ISSN: 2828-6898, ISSN: 2828-6898.
- Selvianti, F., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2(1), 183-197.
- Sitompul . (2021). Pengaruh Religiusitas dan Label halal Terhadap Keputusan Pembelian makanan olahan. Jurnal (Riset Ekonomi Manajemen) Vol 3 no 22.

Sri Wulandari. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie di Sidoarjo). Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara Vol 4 no 1. ISSN 2654-4326.

Taufiq dan Utomo. (2022). pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instant merek Lemonilo. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 11, Nomor 6.e-ISSN: 2461-0593.

Udin, A. J., Kasmad & Nofi, N. (2019). Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor). Volume 4. ISSN No:2456-2165.

Vivi, Y. & Moch, K. Anwar. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2 Nomor 1.

Wawan, W., Drs. Triyono, M., (2021). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Yandri, S. (2019). analisis pengaruh harga dan Kemasan Produk terhadap keputusan pembelian. Vol. 04, No. 01 pp. 23-27