

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., & Muflikha, N. R. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 54-68.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Gerabah Kasongan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559-574.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18-32.
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127-135.
- Azahari & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 1(4), 553-564.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729-739.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Bus, M., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). Brand, Islamic Branding, & Rebranding. PT. Raja Grafindo.
- Davis, Bernad, A. lookwood Pantelidis, Alcott peter. 2018. Food and Beverage Management 6th edition: Elsevier Ltd.
- Doodoh, V. G., Soegoto, A. S., & Raintung, M. C. (2020), Analisis kualitas, keberagaman produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rm.

- Kios Pelangi Wakeke. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3)
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48-64.
- Fazirah, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246-254.
- Foster, Bob. (2016). "Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company)". *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS)*. ISSN (Online) : 2378-7031 Vol. 2
- Ghofur, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 5(2), 380-394.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Cetakan ke IX. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Y. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Langsung Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pada Pt Pegadaian Cabang Kudus. *Jurnal studi manajemen bisnis*, 3(2).
- Jumarni, J. (2022). The Effect Of Halal Label And Food Ingredients To The Purchasing Decision On Imported Food Products (Study On Islamic Economics and Business Faculty Students). *Islamic Economic and Business Journal*, 3(1), 36-64.
- Kasmir. (2015). *Pengantar Bisnis*. Edisi 7. RajaGrafindo Persada.
- Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (edisi 17). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.)). ANDI
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 263-273.
- Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel (Cetakan kedua)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta
- Maulana, C. A., & Maskur, A. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 36-50.
- Nadella, A. A., & Khasanah, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Dompot Digital, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Daring Makanan Impor Di Lokapasar Indonesia. *Human falah: jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 10(1), 1-18.
- Peter dan Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Edisi 9)*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2 (4), 545–558.
- Puspitasari, R. H. U. (2019). Analisis pengaruh keputusan pembelian pada kosmetik berlabel halal. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(1), 68-77.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada

- mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. JKBM (jurnal konsep bisnis dan manajemen), 3(1).
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mie gacoan (studi pada pelanggan mie gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Sari, C. K., Yulita, I. K., & Rahayu, C. W. E. (2023, July). The Effect Of Location, Brand Image, And Experiential Marketing Towards Purchase Decision At Soto Bathok Mbah Katro Yogyakarta. In *Entrepreneurship, Economics, and Business International Conference (EEBIC)* (Vol. 1, No. 1, pp. 681-692).
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks
- Shofwan, A. M., & Pancaningrum, E. (2023). The Effect Of Location And Product Quality On Consumer Purchase Interest (Study On Msme Kaf Fried Chicken Jombang). *Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(1), 18-25.
- Sihombing, M. A. T., Johannes, J., & Ekasari, N. (2021). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan persepsi merk terhadap minat pembelian mobil merk Wuling di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(3), 149-162.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Cetakan Pe).
- Sugiyono. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 44-50.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.