

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, R., Cahya, AD, & 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.
- Afwan, MT, & Santosa, SB (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Jurnal Manajemen Diponegoro* , 9 (2).
- Aprilia, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City. *Jurnal Manajemen* , 6 (1), 34-46.
- Astaguna, N. A., Musodiq, M. D., & Arafah, W. (2023). *Pengaruh Halal Brand Image terhadap Purchase Intention dalam Industri Restoran Waralaba di Indonesia*. 7, 30105–30109.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis* , 1 (4), 553-564.
- Bayu, DK, Ningsih, GM, & Windiana, L. (2020). Pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* , 16 (3), 239-256.
- Cynthia, E. P., & Ismanto, E. (2018). Metode Decision Tree Algoritma C.45 Dalam Mengklasifikasi Data Penjualan Bisnis Gerai Makanan Cepat Saji. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika)*, 3(July), 1–13. <https://doi.org/10.30645/jurasik.v3i0.60>
- Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 2722. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p05>
- Dzulkarnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADekuitas jurnal MANAJEMEN* , 1 (2).
- Eltonia, N., & Hayuningtias, KA (2022). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Mirai* , 7 (1), 250-256.

- Fauziah, Y., Sumantyo, FDS, & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* , 1 (1), 48-64.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen npk mutiara di ud. Barlang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* , 6 (2), 37-53.
- Hasib, A., & Anwar, MK (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Ringan di UNESA Ketintang (studi kasus terhadap anggota organisasi keislaman). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* , 3 (1), 23-32.
- Hikmatulloh, E., Lasmanawati, E., & Setiawati, T. (2017). Manfaat Pengetahuan Bumbu Dan Rempah Pada Pengolahan Makanan Indonesia Siswa Smkn 9 Bandung. *Media Pendidikan, Gizi Dan Kuliner*, 6(1), 42–50.
- Indahwati, A. N., Muftiana, E., & Purwaningroom, D. L. (2017). Hubungan Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) dengan Kejadian Dismenore Pada Remaja Putri di SMP N 1 Ponorogo. *Indonesian Journal for Health Sciences*, 1(2), 7–13. <https://doi.org/10.24269/ijhs.v1i2.612>
- Kemenperin. (2023). *Kemenperin Mendorong Ekspansi Industri Makanan dan Minuman ke Pasar Global*. <https://kemenperin.go.id/artikel/24213/Kemenperin-Mendorong-Ekspansi-Industri-Makanan-dan-Minuman-ke-Pasar-Global>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Martalena, E. (2020). Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Citra Merek terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Smartphone Oppo (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* , 1 (2), 135-142.
- Maulana, CA, & Maskur, A. (2023). Citra merek, kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JOMB)* , 5 (1), 36-50.

- Morasa, AA, Wenas, RS, & Tielung, MV (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Janji Jiwa Jilid 57 17 Agustus Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 10 (4), 1901-1911.
- Muliawan, S., & Sugiarto, S. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–6.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan citra merek, persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS* , 3 (1), 73-85.
- Oediarto, S. (2021). *Luncurkan Logo Baru, UMKM Banyumas Loempia Bom Siap Go Nasional*. Suara Merdeka.
- 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: Jurnal Manajemen & Bisnis* , 5 (1), 156-167.
- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A. (2013). *Ke Purwokerto, Jangan Lupa Cicipi Lumpia Bom!* Intisari. ntisari.grid.id/read/0340154/ke-purwokerto-jangan-lupa-cicipi-lumpia-bom#
- 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.
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 10(1), 27–45. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v10i1.162>
- Ulfah, M., Malihah, L., Muyasarah, I., & Zaini, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAI Darussalam. *Ilmiah: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi* , 9 (3), 1-8.
- Ummat, R., & Hayuningtias, KA (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Nilai Wajar: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* , 4 (6), 2279-2291.

Winata, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Guan (Studi kasus mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Manajemen). *eCo-Buss* , 3 (2), 65-72.

Yanti, ND, & Darwanto, D. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* , 5 (01), 1-22.

