

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, I., Agustin, T., & Sholihin, M. R. (2021). Effects of Prices, Product Quality, and Halal Labels on Repurchase Interest of Wardah at Avon Stores Purwoharjo Banyuwangi. *International Journal Of Marketing & Human Resource Research*, 2(2), 76–88.
- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81.
- Ahidin, U., Juhaedi, Kasmad, & Nurfiанти, 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). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 647–655.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *Jurnal At-Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127–134.
- Amrullah, Siburian, P., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition)*. Pearson Australia Group.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products. *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Faisal, M. R., & Ilham. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Laptop Asus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 5(1), 36–44.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Pengaruh 4A Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke DKI Jakarta. *Prosiding*

- Biema*, 2, 348–364.
- Firmansyah. (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. In *Deepublish*.
- Firmansyah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Di Kota Malang. *Jurnal Management and Business Review*, 3(2), 116–123.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, N., & Ridwan, M. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral AINIQUA (Studi Pada Konsumen Di 212 Mart Garuda). *Jurnal Al-Qasd*, 2(1).
- Harahap, R. S. P. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 354–376.
- Husna, A., & Suryana, B. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Pusdik SDM Kesehatan.
- Investor.id. (2021). *Populix Luncurkan Fitur Popvoice Gen Z*.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal Dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Jurnal Likuid*, 1(01), 33–42.
- Kartika, M., & Hatane, S. E. (2013). Pengaruh Intellectual Capital Pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review*, 1(2), 14–25.
- Koeswirno, Iswanto, A., Ruhana, A. S., Rusydiana, A. S., Fauziah, & Amelia, A. (2020). Sertifikat Halal Yes or No. In *Litbangdiklat Press*.
- Kopi Kenangan. (2021). *Outlets — Kopi Kenangan*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing Eighteenth Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson*.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing Fourth Edition*. Pearson Education Limited.
- Latiff, Z. A. A., Masril, M. V., Vintisen, R., Baki, M. Z., & Muhamad, N. (2019). Consumers Intention Towards Halal Food in Low-Cost Airlines in Kelantan, Malaysia. *Journal of Contemporary Research in Social Sciences*, 1(4), 82–86.
- LPPOM MUI. (2019). *FAQ Sertifikasi Halal*.
- Nursalwani, M., & Zulariff, A. L. (2017). The Effect of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behaviour Control Towards Intention of Muslim Youth at

- Public Universities in Kelantan to Consume Halal Labelled Chocolate Bar Product. *Canadian Social Science*, 13(2), 43–48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service. In *The Free Press*.
- Priyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish*.
- Septyanto, D. (2016). *Pengukuran Variabel Dalam Penelitian*.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. (2013). Consumer Behaviour: A European Perspective-Pearson Education Limited. In *Pearson Education*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). The Influence Halal Label and Personal Religiousity on Purchase Decision on Food Products In Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 2012–2015.
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Winoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566–1575.
- Yetty, F., & Priyatno, P. D. (2021). Literasi Gerakan Gaya Hidup Halal Di Pondok Pesantren Al-Jadid Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, Banten. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–24.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*. Cengage Learning.