

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Khalil, A. W., Fawa'id, M. W., & Hidayah, L. (2021). Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a Di Kecamatan Kepung Kediri. (The Influence Of Price And Halal Labels On The Interest Of Buying Naf'a Bread In Kepung Kediri). *Qawānin: Journal Of Economic Syaria Law*, 5(1), 67–82. <https://doi.org/10.30762/Qawanin.V5i1.2760>
- Aminuddin. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (Jram)*, 5(2), 34–40.
- Anjaya, A. D. I. A. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Harga Terhadap Minat Beli Kfc Di Boyolali*.
- Arjunita, I., Lapian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 9(3), 437–446. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewfile/34756/32603>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Deepublish.
- Fadil, V. (2020). *Jovi Adhiguna Hadirkan Store Snack Ala Korea Gildak Krekot*. www.wartaekonomi.co.id. <https://www.wartaekonomi.co.id/read303816/jovi-adhiguna-hadirkan-store-snack-ala-korea-gildak-krekot>
- Fadlullah, A. K., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. (2021). The Effect Of Halal Label, Halal Awareness, Food Ingredients, Advertising And Purchase Interest On The Decision To Buy “Samyang Noodles” (Study On Universities Students In Malang City). *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics And Law*, 24(2), 107–113. [file:///C:/Users/Ndonk/Documents/Jurnal Miss Anita/Halal Label/Gs Hlabel/Fadlullah 2021.Pdf](file:///C:/Users/Ndonk/Documents/Jurnal%20Miss%20Anita/Halal%20Label/Gs%20Hlabel/Fadlullah%202021.pdf)
- Fajriana, M., & Rusdi, F. (2020). *The Influence Of Use Rock And Metal Theme As Brand Image To Consumer Buying Interest Lawless Burgerbar Kemang*. 478(Ticash), 1042–1045. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.165>
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo (Randika Fandiyanto1) , Ratih Endriyasaki Kurniawan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Prilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Ed-1 (Ed.)). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Franadita, D., & Silalahi, P. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Mie Instan Mie Sedap (Studi Kasus Pada Konsumen Mie

- Sedap Kota Medan). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(1), 1–7.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*. Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Universitas Diponegoro.
- Handayani, T., & Resti, A. A. (2022). Persepsi Generasi Milenial Dalam Memilih Produk Bersertifikat Halal Di Jakarta. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 57–70. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.533>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. 15(1), 133–146.
- Hasanah, U., & Rencidiptya, T. A. (2020). Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 255. <https://doi.org/10.14421/Jsr.V14i2.1762>
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212.
- Herawati, T., & Fasa, M. I. (2022). Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Islamic Economic And Finance Journal*, Vol. 1(1), 13–25.
- Hosfiar, C. R., Astuti, M., & Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate*, 6(10), 10–27.
- Iswati, M. A. S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Cet.1)*. Airlangga University Press.
- Kamilah, G., & Wahyuat, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Kurniasih, L. D. (2021). *Did You Know: Hallyu, Fenomena Korean Wave Yang Guncang Dunia*. www.okezone.com. <https://edukasi.okezone.com/read/2021/09/15/65/2471847/did-you-know-hallyu-fenomena-korean-wave-yang-guncang-dunia>
- Kwan Soo Shin, S., Amenuvor, F. E., Basilisco, R., & Owusu-Antwi, K. (2019). Brand Trust And Brand Loyalty: A Moderation And Mediation Perspective. *Current Journal Of Applied Science And Technology*, November, 1–17. <https://doi.org/10.9734/Cjast/2019/V38i430376>
- Mui, L. (2021). *Lppom Mui*. <https://halalmui.org/mui14/>
- Murni, S., & Fajrina, N. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 47.

- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Pt Grasindo.
- Novyanti, V., Sosianika, A., & Rafdinal, W. (2021). Peran Country Of Origin Image Dalam Memprediksi Purchase Intention Makanan Korea. *Industrial Research Workshop And National Seminar (Irwns)*, 4–5.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Philip, K., & Gary Amstrong. (2016). *Principle Of Marketing (15 Ed.)*. Pretice Hall.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management 13 Edition*. Erlangga.
- Putra, A. H. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–11.
- Raharjo, R. M., & Mulyanto, H. (2018). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(1), 109. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i1.198>
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, I. N., & Subagio, H. D. (2018). Influence Of Packaging Design, Promotion And Brand Image On Consumer Buying Interest (Study Case Of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk). *Ijiteeb : International Journal Of Integrated Education, Engineering And Business*, 1(2), 68–78. <https://doi.org/10.29138/ijiteeb.v1i2.762>
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). *Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua*. 1(1).
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Jurnal Sosial Humaniora*, 563–577.
- Santoso, T. A., & Mardian, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 79–88. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2789>
- Sasmitaning, Z. D., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 09, 16.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 398–408. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/562>
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Deepublish.
- Sona, L., Jember, U., Hardinawati, L. U., Jember, U., Fathorrazi, M., & Jember, U. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Label Halal Multirasa Bakery Jember The Effect Of Perception And Knowledge Of The Halal Label On Consumer Buying Interest In Multirasa Bakery Jember. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 19(2), 129–135.

- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian* (Ed.1). Deepublish.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (Ed.); Ke-10). Alfabeta.
- Sunjaya, F., & Eridansyah, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia. *Prologia*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.24912/Pr.V3i1.6219>