

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. S. K., Setyawati, S. M., & Rahab, R. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 78–94.
- Aji Pratama, B. (2024). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan MS Glow Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengguna Ms Glow di Salatiga)*. Universitas Islam Negeri Salatiga.
- Amilia, S., & Asmara Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21052>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi dan Maluku. *SEIKO: Journal Pf Management & Business*, 3(3), 69–70.
- Damaiyanti, A., Hildayanti, S. K., & Veronica, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 38–45.
- Dinh, H. P., Van Nguyen, P., Trinh, T. V. A., & Nguyen, M. H. (2022). Roles of religiosity in enhancing life satisfaction, ethical judgements and consumer loyalty. *Cogent Business and Management*, 9(1).

Muhamad Haykal Kurniawan, 2024

PENGARUH RELIGIOSITAS, LABEL HALAL, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAKANAN KOREA DI RESTORAN MUJIGAE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2010482>

- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Liquidity*, 10(2), 147–160. <https://doi.org/10.32546/lq.v10i2.1038>
- Fadillah, K. N., & Fadili, D. A. (2023). Pengaruh Harga, Iklan Media Sosial dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Dots Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 269–280. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8088351>
- Faradina, N. F. (2022). *Gelombang Korea dan Dampaknya pada Industri Makanan Korea Halal di Indonesia*. Www.Kumparan.Com. <https://kumparan.com/di-di-1650022452675789432/gelombang-korea-dan-dampaknya-pada-industri-makanan-korea-halal-di-indonesia-1xt7SeVK41s/1>
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Black, W., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (Seventh Ed). Pearson. https://www.researchgate.net/publication/237009923_Multivariate_Data_Analysis_A_Global_Perspective
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.

Muhamad Haykal Kurniawan, 2024

PENGARUH RELIGIOSITAS, LABEL HALAL, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAKANAN KOREA DI RESTORAN MUJIGAE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

<https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>

- Iddagoda, Y. A., & Opatha, H. H. D. N. P. (2017). Religiosity: Towards A Conceptualization and An Operationalization. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 7(1), 59. <https://doi.org/10.4038/sljhrm.v7i1.5637>
- Izzah Lubis, N. (2019). Analisis Loyalitas Konsumen Produk Berlabel Halal. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 51–59. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1661>
- Julia, S., & K, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 61–66. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.205>
- Kartika, C., Yusuf, Hidayat, F., Krinala, E., Fauzi, S. N., Sari, A. P., Firmansyah, E., & Wahyudi. (2019). Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate Image, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Customer Behavior Intention Menabung Dan Customer Loyalty Di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur. *Management & Accounting Research Journal*, 04(01), 30–49.
- Kartika, R. D. (2019). *Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Segi Sambel Waroeng Jangkrik Cabang Jemursari Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22). Pearson Education.
- Lawrance, N. L., Suardana, I. M., & Asdiansyuri, U. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi Living Mataram. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 132–140. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i3.16>
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>

- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mawanti, E. S. (2018). “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Terhadap Pembelian Produk Makanan (Studi Restoran Pizza Hut Makassar). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Mohamad Noor, N. (2022). Rise Of East Asian Media Connection: Japanese And Korean Cultural Globalisation Through Media. *Al-i’lam - Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 2(1). <https://doi.org/10.33102/jcicom.vol2no1.39>
- Morasa, A. A., Wenas, R. S., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kopi Janji Jiwa Jilid 57 17 Agustus Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 10 No(4)*, 1901–1911.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers, 201*, 755–762.
- Nafisah, S. M. (2018). *Representasi Halal Food Dalam Drama Lunch Box Di Youtube*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., & Astuti, D. (2021). Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS. In R. R. Rerung (Ed.), *Media Sains Indonesia : Bandung*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nurlaela, Pettenreng, H. A. M. A., & Hamid, A. H. (2021). Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. In A. Burchanuddin & Z. Makkawaru (Eds.), *Pusaka Almaida*.

- Patria, N. A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Soto Segeer Hj Fatimah. In <http://perpus.iainsalatiga.ac.id/>. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Prayudi, D. (2017). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Waroeng Spesial Sambal Di Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Purba, H., Utami, K., Aristi, S. M., & Soetandijo, V. J. (2023). Menganalisa Perkembangan Budaya Korea Dan Pengaruhnya Di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur. *Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 110–123.
- Rahman, A. 'Aunur, & Handayani, T. (2022). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Halal Melalui GoFood Saat Covid-19. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 149. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13928>
- Rahmawati, A., & Retno Adiwati, M. (2021). Pengaruh Mutasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan BPJS Ketenagakerjaan Karimunjawa Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 131–142. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v18i2.2396>
- Reza, I. F. (2013). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Moralitas Pada Remaja Di Madrasah Aliyah (MA). *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 10(2), 45. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v10i2.335>
- Rofifah, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Dan Brand*

Personality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Purwokerto). Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

- Samsuri. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Sedaap Pada Konsumen Toko Basmalah Cabang Muncar. *RIBHUNA : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 21–32. <https://databoks.katadata.co.id>
- Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, September.
- Septyan, D. A., & Rinaldi, B. (2022). *Peluang Pasar: Makanan Korea*. www.ukmindonesia.id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-makanan-korea/>
- Setiawan, F., Idris, I., & Abror, A. (2019). The Relationship Between Religiosity, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Atlantis Press*, 64, 517–525. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.31>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta* (19th ed.). Alfabeta.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *RELIGIUSITAS Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (L. M. Komarudin & M. Yusran (eds.); Issue 40). Bibliosmia Karya Indonesia.

- Susilowati, S., & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 143–154. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS: Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (L. Daris & A. D. Riana (eds.); edisi 1). IPB Press. www.ipbpress.com
- Titin Herawaty, M., Rahman, A., Rohimah, L., Ivan Taruna, H., Dwi Styaningrum, E., & Suleman, D. (2022). The Influence of Service Quality and Price on Alfamart Consumer Loyalty with Customer Satisfaction As Mediation Variables. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 3(2), 246–257.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>
- Wijaya, K. A., Saidani, B., & Parlyna, R. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Internet. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(1), 71–84.