

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. (2023). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal UIN ALaudin*, 53–68.
- Adminlp2m. (2022). Analisis Deskriptif-Definisi dan Tips Untuk Peneliti.
- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., Dharma, B. A., & Malang, U. N. (2019). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan. *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(2), 139–150.
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>
- Amenan, A. (2022). RamenYA Ekspansi Gerai di Sidoarjo. Retrieved from BERITASATU website: <https://www.beritasatu.com/lifestyle/901859/ramenya-ekspansi-gerai-di-sidoarjo>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Apriliani, P., Tikawati, T., & Fadhilah, N. (2021). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Kentucky Fried Chicken (KFC) Purchase Decisions. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 202–218. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.21>
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- BPJPH. (2022). Sertifikasi Halal. Retrieved from <https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>

Airlangga Hernadi, 2025

**PENGARUH HARGA, SERTIFIKASI HALAL, DAN PERSEPSI NILAI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA RESTORAN RAMENYA! DI JABODETABEK**

UPN “Veteran” Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1*, 60–73.
- Djunaidi, M., Baby, C., Oktavia, A., Fitriadi, R., & Setiawan, E. (2021). *Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia*. 22(2), 171–184.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian: Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis, dan Analisis Smart PLS* (J. T. Santoso, Ed.). Semarang: Yayasan Prima Agus Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.
- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal, 1*(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>
- Effendi, A. D., & Nugraha, A. (2023). *Pembelian Bundle Pada Games Rise Of Kingdoms Oleh Anggota Aliansi Rumah Nusantara Kerajaan Ucciani 2170*. 21(1), 7–14.
- Elvettio Hardjono, A., Tanius, B., Ketut Veri Kusumaningrum, N., Kuliner, S., & Internasional Bali, P. (2023). *Preferensi Turis Dalam Memilih Makanan Ramen Di Area Canggu. 1*, 37–49.
- Erdawati, Asraf, Elondri, & Yuliza, M. (2021). *Study Of Product Quality Aspects, Prices And Halal Labels On The Purchase Decision Of Hpai Herbal Products*. 2021(4), 426–434.
- Fachreza, D. Z. (2020). *Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan citra toko terhadap niat pembelian*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity, 2*(1), 69–72.

- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Ibrahim, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2023). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMOGEN PROPOLIS (Studi Kasus Pembelian Pada Stokis Kota Gorontalo). *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 356. <https://doi.org/10.35906/jep.v9i2.1691>
- Islami, A. (2023). Analisis Hukum Islam Terhadap Sertifikat Halal Pada Produk Makanan (Roti) Di Kota Padang. *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law*, 5(2), 177. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v5i2.14354>
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran Lembaga Sertifikasi Halal dalam Membangun Ekosistem Halal : Tantangan & Peluang. *International Journal Mathla'Ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 34–44.
- Kurniawan, H. (2022). The Effect Of Marketing Mix, Brand Image, Halal Label, And Word Of Mouth On Syrup Purchase Decisions At Cafés In Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 71–77. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.3018>
- Kurniawati, D. (2022). Analisis Total Biaya Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk dalam Meningkatkan Laba Pada UD. Tahu Assit. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.59525/jess.v1i1.97>
- Laras, A. (2022). Peluang Bisnis RamenYA! Kuliner Jepang dengan Cita Rasa Indonesia. Retrieved from Entrepreneur website: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220823/263/1569911/peluang-bisnis-ramenya-kuliner-jepang-dengan-cita-rasa-indonesia>
- LPPOM MUI. (2022). TAHAPAN PROSES SERTIFIKASI HALAL. Retrieved from <https://halalmui.org/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia/>
- Muizzudin, & Kisti, S. A. (2020). *Pengaruh sertifikasi halal, citra merek, dan*

- harga terhadap keputusan pembelian minuman teh botol sosro. 10(2), 137–151.*
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi), 5(3), 1171–1184.*
- Nazilla, & Kesuma, T. M. (2023). Pengaruh Preferensi Memediasi Hubungan antara Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Japanese Food Restaurant Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, V, 57–70.*
- Ningsih, A., Agus, H., Bukittinggijl, S., No, A. Y., Cina, K., Agus, H., ... Cina, K. (2024). *Customer value Dan Customer Experience Terhadap Customer satisfaction. 10(3), 2171–2178.*
- Ningtyas, M. M., & Oetarjo, M. (2023). *Purchasing Decisions At Restaurants M2M Wonoayu Pengaruh Citra Merek , Promosi , Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran M2M Wonoayu. 4(5), 5394–5404.*
- Nukha, Z. U., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. 10(1), 75–84.*
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah, 6(2), 30–46.*  
<https://doi.org/10.37058/jes.v6i2.3897>
- Prasetyo, G. R. (2024). Pengaruh Label Halal, Religiositas, Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Japanese Food. *Journal of Philanthropy and Islamic Economics, 1(1), 33–40.* Retrieved from <https://repository.ump.ac.id/15474/1/GERHANA>
- Prastya, Y., & Suryadi, S. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Korea pada Konsumen di Kota

- Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i1.503>
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DINamika Sosial*, 1, 213–214.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107.  
<https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2070>
- RamenYa! (2018). RamenYa! Halal & Enak. Retrieved from <https://ramenya.id/>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sandjaja, S. S., Syahputra, Y., & Erwinda, L. (2020). Validasi skala penilaian instrumen perencanaan karier menggunakan Andrich Threshold. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 105–117.  
<https://doi.org/10.30996/persona.v9i1.3310>
- Saputro, A. an. W., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 646–651.  
<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.515>
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2020). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. 5.*
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesia Journal of Halal Research*, 16(1), 55–60.  
<https://doi.org/10.24239/jsi.v16i1.538.111-141>

- Silitonga, V. H., & Yuliviona, R. (2022). *Pengaruh persepsi nilai dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening ( studi kasus : es kristal blue mountain padang)*. 4–5.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D / Sugiyono* (2nd ed.). CV Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Suleman, D., Febriyantoro, M. T., Fadly, R., Napitupulu, R. L., Safria, D., & Hasibuan, R. R. (2022). Perceptions On Halal Labels Impact On Purchase Decisions With Brand Image As Intervening Variables: A Consumer Study Of Solaria Restaurants In Jakarta. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 3(6), 58–63.
- Umara, B., Suryadi, D., Yulianti, G., & Isnaeni, S. (2021). *Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Nilai Pasca Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Vending Machine Blue Mart ( The Role of Satisfaction in Mediating the Effect of Post Purchase Value Perceptions on Purchase Intention of Blue Mart Ve. 2(01)*, 47–58.
- Utami, B., & Fauziah, T. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan*. 65–74.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>

- Wietama, W. (2021). *Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried*. 1(1), 77–86.
- Wirawan, U. (2022). Restoran Ramen Ini Laku 90.000 Porsi Mangkuk Per Bulan. Retrieved from BERITASATU website: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/943101/restoran-ramen-ini-laku-90000-porsi-mangkuk-per-bulan>
- Yani, T. E., & Kuswardani, D. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 192. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i3.2831>
- 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. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.906>
- Yohansyah, F., & Rodhiah. (2022). *Pengaruh e-wom dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian shopeefood dengan mediasi kepercayaan*. 04(01), 89–98.
- Zainal Abidin, S. A. S., Nizar, M., Ahmad Nizar, N. N., Abdul Shukor, M. S., Zainal, R., & Ab Mutalib, S. R. (2023). Halal Concerns on Lard in Food Products and its Detection Methods. *Halalpsphere*, 3(2), 79–90. <https://doi.org/10.31436/hs.v3i2.72>
- Arifin, Z. (2024, Maret 08). *Outlet Ramen YA! Ke- 86 Manjakan Lidah Pecinta Ramen Dengan Cita Rasa Khas Indonesia*. Retrieved from B-News: <https://b-news.id/baca-5789-outlet-ramen-ya-ke-86-manjakan-lidah-pecinta-ramen-dengan-cita-rasa-khas-indonesia>
- Mkt, N. F. (2023, 11 30). *Ramen, Kuliner Jepang yang Semakin Populer di Indonesia*. Retrieved from N.P. Foods: <https://www.np-idn.com/post/ramen-kuliner-jepang-yang-semakin-populer-di-indonesia>

Wisely, G. (2022, December 02). *Kuliner : Yuk Nikmati Mie RamenYa Bercita Rasa Indonesia Hadir di Medan*. Retrieved from detiksumut: <https://www.detik.com/sumut/kuliner/d-6438267/yuk-nikmati-mie-RamenYa-bercita-rasa-indonesia-hadir-di-medan>

**Airlangga Hernadi, 2025**

***PENGARUH HARGA, SERTIFIKASI HALAL, DAN PERSEPSI NILAI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA RESTORAN RAMENYA! DI JABODETABEK***

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]