

DAFTAR PUSTAKA

- Aliya, F. R., Kamal, A. H., Ismiati, B., & Wibowo, F. W. (2025). Pengaruh Budaya, Kualitas Produk, Halal Knowledge, Halal Awareness, dan Halal Certification Terhadap Repurchase Decisions Produk Makanan Cepat Saji Impor. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 9(2), 37–44.
- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7).
- Ananda, I. P. S. N., & Setiawan, P. Y. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Pelanggan GO-JEK Di Denpasar. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 20(1), 14–31. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646>
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal TECHNOBIZ*, 6(2), 86–96.
- Araujo, D. I. M. de, Ximenes, E., Mujanah, S., & Halik, A. (2025). Effect Of Green Marketing And Brand Image On Purchase Decision Of Aqua Gallon With Customer Loyalty As A Mediating Variable. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(01), 64–72. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i01>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1).
- Astuti, E. D., & Hastuti, S. (2022). Analysis of Consumer Perception and Brand Image to Consumer Loyalty By Online-Based Travel App. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 1(3), 274–283. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v1i3.28>
- Chairunnisyah, K., AK, M. F., & Wathan, H. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Ibu Muslim Kota Medan Dalam Mengkonsumsi Produk Makanan Halal. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(1).
- 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 of Management & Business*, 3(3), 65–78.
- Damayanti, L. R., & Puspita, R. E. (2023). Brand Loyalty and Halal Awareness for Halal Beverage Product Among Gen Z. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 198–211. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v15i2.3314>
- Dhirtya, D. A. M. C., & Warmika, I. G. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek

- dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Mediasi Persepsi Nilai Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 549–568. doi: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i03.p07%0AISSN>
- Djayapranata, G. F. (2020). Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Linear dengan Loyalitas Konsumen: Analisis pada Restoran Cepat Saji di Indonesia. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 569–579. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i4.160>
- Emasno, F. M., & Wijayanti, R. F. (2022). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Shopee di kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 211–216. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/449>
- Evans, D., McKee, J., & Bratton, S. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. In *Wiley*.
- Gunelius, S. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. *United States: McGraw-Hill Companies*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 45–58.
- Hapsah, S., Siregar, N. A., & Hendry, R. S. M. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Kepercayaan Konsumen, Citra Rasa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pada Lega Coffee & Resto di Rantaurapat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 4170–4179.
- Haryanto, T., Hamzah, I. F., & Herdian. (2022). Is The Satisfaction Moderate the Influence of Brand Image and Brand Trust Toward Loyalty of Student? *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 5(02), 366–371. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i2-19>
- Hilmya, M. Y., Afandi, Y., & Permatasari, I. R. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Senyum World Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(03), 1879–1883.
- Irfani, D. (2020). *Analisis Dampak Kesadaran Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Waroeng Steak And Shake Dengan Religiositas Sebagai Variabel Intervening*.

- Ishaq. (2014). Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction. In *Basic and Applied Scientific Research* (Vol. 4, Issue 4).
- Izza, N. N. (2021). *A Scientometric Analysis on Halal Awareness*. 2(1).
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. 2, 394–411.
- Kompas.com. (2024). *Hadir 24 Jam Sehari, Se' Indonesia Konsisten Sajikan Hidangan Enak Khas Nusantara dengan Harga Terjangkau*. <https://biz.kompas.com/read/2024/05/14/105604428/hadir-24-jam-sehari-se-indonesia-konsisten-sajikan-hidangan-enak-khas-nusantara>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Manggopa, S., Sumenda, C., Kainde Anita, L. L., & Mandagi, D. w. (2023). Efektivitas Sosial Media Marketing Dalam Membangun Brand Institusi Pendidikan: Perspektif Generasi Z. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 2517–2526. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.621>
- Maraditha, A. U. (2023). Pengaruh gaya hidup, kesadaran halal dan citra merek terhadap loyalitas konsumen Fast Food di Kota Bandung: Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. In *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Marsiati, H., Roswiem, A. P., Septiani, T., & Suseno, D. (2022). *Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Halal dan Thayyib*. 6(1).
- Meliana, L., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2025). Analisis Pengaruh Product Quality dan Social Media Marketing terhadap Consumer Loyalty dengan Costomer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Lawoek Coffee Temanggung. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2627–2642. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2591>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). Perilaku Konsumen. In *Erlangga*.
- Muthohharoh, C. E. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Customer Loyalty melalui Perceived Value dan Customer Experience dalam E-Commerce : Peran Social Influence sebagai Moderasi. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 765–779.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2).

- Oliver, R. L. (2014). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- Pancawati, D. (2024). *Kuliner Indonesia Mendunia, Asa Mendongkrak Pariwisata*. Kompas.Id. https://www.kompas.id/baca/riset/2024/01/06/kuliner-indonesia-mendunia-asa-mendongkrak-pariwisata?loc=hard_paywall
- Pangestu, R. A., Hamidah, S. N., & Lutfiyati, S. (2024). The Effectiveness of Social Media Use In Marketing For Generation Z. *Jurnal Sosial Humaniora*, 2(4), 341–349.
- Permadhi, B. M., Maulina, E., & Tresna, P. W. (2024). Analysis of the Influence of Brand Image on Customer Loyalty Using Customer Satisfaction as an Intervening Variable Case Study at the Uni Kapau Jaya Restaurant, Bandung City. *International Journal of Science and Society*, 6(2), 318–336. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v6i2.1142>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM). In *CV. Lentera Ilmu Madani* (Issue Juli).
- Rahma, A. A., Afifudin, & Novianto, A. S. (2025). Pengaruh Kesadaran Halal dan Product Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian pada Skincare Korea. *Jurnal Warta Ekonomi*, 8(1), 125–135.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)*. 6(3), 1–13.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sartika, S. H., Mashud, Hasan, M., Syam, A., Susilowati, E., Bonaraja Purba, A., Jufri, M., Faried, A. I., Rosihana, R. E., Raditya, & Amruddin. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis. kitamenulis.id
- Sebayang, D. E. B., & Lestari, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie di Binjai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4323>
- Siagian, E. S., & Purba, T. (2025). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Cosmetic Pixy Di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 519–530.

- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Sundari, E., & Nugroho, G. (2023). The Effect of Academic Service Quality and Institutional Image on Student Selection Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1344–1352. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Supriyanto, B., & Dahlan, K. S. S. (2024). The Impact of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty, with Customer Satisfaction as A Mediator. *International Journal of Social Service and Research*, 4(01), 290–297. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i01.709>
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image Hapsawati. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Umami, R., & Widodo, U. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STIE Pelita Nusantara Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(3), 363–370.
- Utama, S. Y., & Susila, I. (2024). The Effect Of Product Quality And Wardah Skincare Brand Trust On Customer Loyalty Mediated By Customer Statification. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship (IJGAME2)*, 4(2), 282–297. <https://jurnal.stiepemuda.ac.id/index.php/ijgame2>
- Utomo, Y. T. (2023). AL-QUR'AN: EKONOMI, BISNIS, DAN ETIKA. *Global Aksara Press*.
- Wibowo, E. W., Wicaksono, B. W., & Sugiyanto, E. (2022). Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Konsumen Pada Restoran Cepat Saji di Jakarta. *UNIVERSITAS DHARMAWANGSA*, 16(4), 769–779. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwart/article/view/2433>
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014).

Fauzii Maulana Nurwahid, 2025

DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN SE'INDONESIA DI JABODETABEK

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

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

Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer (130th ed.). Procedia - Social and Behavioral Sciences.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014>