

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 215–229. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p215-229>
- Akbar, R. D., & Wasino. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Solaria. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76105>
- Amalia, R. (2024). Konsep Konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 3(2).
- Amir, H., Khairunnisa Ibrahim, E., Zaidah, G. R., Fadia, D., & Harison, F. R. (2022). Perbandingan Konsumsi Dalam Islam Dan Konvensional. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 1(2).
- Anas, A., & Ummah, A. (2020). MEMBANGUN TEORI KONSUMSI ISLAMI MELALUI MODEL INFAK. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.30651/justeko.v4i2.6879>
- Antin Rakhmawati. (2019). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS*, 5(1), 49–59. <https://doi.org/10.35891/jsb.v5i1.1607>
- Badu, R. S. (2024). Teori Konsumsi Islam Menurut Prinsip Syariah: Kajian Perbandingan Literatur. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 537-544.
- Indarta, A., Utami, R. T., & Faworo, Y. (2023). Pengaruh Islamic branding, kualitas produk, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk Rabbani Store di Solo Raya. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(1), 117–125. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i1.7175>
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Sy'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2). <https://doi.org/10.35448/jieec.v5i2.11614>
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>
- Thoyibah, M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). POLA KONSUMSI HEDONISME GENERASI MILLENIAL MUSLIM TERHADAP TEORI KONSUMSI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Ekonomi Islam*, 12(2), 217–228. <https://doi.org/10.22236/jei.v12i2.7766>

- 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>
- Warti'ah, W., Ayu Kinanti, R., & Wirdah Ningrum, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 12(2), 220–236. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v12i2.1565>
- Iriani, S. S. (2019). The Effect of Religiosity on the Purchasing Decisions of Halal Labeled Food Products. *East African Scholars Journal of Economics*, 2(10), 621–628. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2019.v02i10.005>
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). the Influence of Products and Promotions on Purchasing Decisions Mediated in Purchase Motivation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 152–161. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.17>
- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 215–229. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p215-229>
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). THE INFLUENCE OF PRODUCTS AND PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS MEDIATED IN PURCHASE MOTIVATION. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 17(1), 152–161. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.17>
- Akbar, R. D., & Wasino. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Solaria. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76105>
- Alfifto, Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Geprek Benu Mongonsidi Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 2(1), 278–284. <http://eprints.unisbank.ac.id/id/eprint/224/>
- Antin Rakhmawati. (2019). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS*, 5(1), 49–59. <https://doi.org/10.35891/jsb.v5i1.1607>
- EASJEBM_210_621-628_c_cbULyf6*. (n.d.).

- Indarta, A., Utami, R. T., & Faworo, Y. (2023). Pengaruh Islamic branding, kualitas produk, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk Rabbani Store di Solo Raya. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(1), 117–125. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i1.7175>
- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–491. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>
- Lativia, E., Kurnia, T., & Munawar, W. (2022). Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 80–97. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32078>
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2). <https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.11614>
- Rahmanto, K. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–91.
- Rahmat. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–67.
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Saifudin, T. (2018). Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga). *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*, 1(1), 89.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>
- Warti'ah, W., Ayu Kinanti, R., & Wirdah Ningrum, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 12(2), 220–236. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v12i2.1565>
- Wibawa, B. M., Mardhotillah, R. R., Widyananda, C. S., Nahdlatul, U., Surabaya, U., Madura, U., & Author, C. (2024). *EXPLORING THE KEY FACTORS INFLUENCING YOUNG CONSUMERS ' PURCHASING DECISIONS OF*. 3(2).

