

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17-27.
- Alim, S. A. (2018). *Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim (survei pada pelanggan produk zoya muslim di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Dewi, N. N. S. P., & Mayasari, N. M. D. A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen). *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis SmartPLS)* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1-15.
- Pardamean, F., & Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 287- 293.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hakim, M. Z. (2019). Pengelolaan dan pengendalian sampah plastik berwawasan lingkungan. *Amanna Gappa*, 111-121.
- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., & Trisakti, P. (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.

- Ismail, M. I., Sova, M., & Limakrisna, N. (2022). Effect of Halal Labels, Brands, and Prices on Over the Counter Drugs Purchase Decision in West Java Province During Covid-19. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 508–524. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i3.1038>
- Jobber, D., & Chadwick, F. E. (2024). *Principles and Practice of Marketing*, 10th Edition. McGraw-Hill Education.
- Jha, A., Kapoor, M., Kaul, K., & Srivastava, K. (2022). Demystifying the influence of CSR perception on the purchase intention of Generation Z in fast food industry. *LBS Journal of management & research*, 20(1/2), 1-20.
- Johanis, A., Palandeng, I. D., & Rogi, M. H. (2023). Pengaruh green marketing dan corporate social responsibility terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Body Shop Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 122-131.
- Kadi, D. C. A., & Kurnianingsih, R. D. (2024). The Influence Of Perceptions Of The Halal Label, Endorsement, Price, And Product Quality On Purchasing Decisions (Case Study On Wardah Cosmetic Products In Madiun City). *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 160-177.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 15th Global Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing* (18 edition). Pearson Education.
- Kuncoro, A., Sudarman. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN*. Penerbit ANDI
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. (2021). Green marketing dan CSR terhadap keputusan pembelian dengan pengetahuan konsumen sebagai variabel moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28-38.

- Mahendra, S., Wijaya, M., & Syahriandy, S. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 2(2), 161-166.
- Muslihati, M., Siradjuddin, S., & Syahrudin, S. (2018). Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Ekonomi Islampada Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 29–42.
- Nurlaela, A. P., & Hamid, H. (2021). Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Pusaka Almaida*.
- Pardamean, F., & Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 287- 293.
- Pearce, J.A., Robinson, & B, R. (2016). *Manajemen Strategis formulasi, implementasi dan pengendalian* (N. P. Sari (ed.); 12th ed.). Salemba Empat.
- Pradina, I., & Rohim, A. N. (2022). the Effect of Halal Label Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions. *International Journal of Business Reflections*, 3(2), 172–199. <https://doi.org/10.56249/ijbr.03.01.33>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola konsumsi dalam implementasi gaya hidup halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis (M-JESB)*, 4(2), 26-35.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 60-77.
- Sayyaf, R. T. F. (2023). Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2610-2619.
- Setiawan, A. W., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1157-1177.

- Sugandini, D. (2022). Cek Similarity Mediasi Sikap Konsumen Pada Pengaruh Green Product, Green Advertising, Green Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Organik.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*
- Suleman, D., Zuniarti, I., Marwansyah, S., Kuspriyono, T., Riftiasari, D., Rusiyati, S., ... & Ariawan, J. (2021). The effect of product innovation on Samsung smartphone product purchase decisions through brand equity as intervening variables in the Tokopedia marketplace. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(5), 188-203.
- Vianita, R., Hidayati, N., & Zamzam, N. A. N. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada GTT Pusat Oleh-Oleh Kediri. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 16(01), 132-146.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Widiastuti, E., & Mardiyanto, D. (2024). Analisis pengaruh inovasi produk, citra merek, dan strategi digital terhadap keputusan pembelian konsumen LAB Milk di Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah EDUNOMIKA*, 8(1).
- Yulianingsih, Y., Limakrisna, N., & Muharam, H. (2023). Determinants Of Purchase Decision Through Consumer Trust In Selecting Topical Halal Cosmetic Products. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 3(2), 650-669.
- Yusuf, A. (2021). The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI- Journal*, 2 (1), 472–481, 2(1), 472-481.

Muhamad Ridwansyah, 2025

Pengaruh Label Halal, Inovasi Produk, dan Program CSR Terhadap Keputusan Pemberian Mie Sedap 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]