

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Abdul, H.M (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Andriansyah Y, Dkk (2017). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh RACEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)*. E-Jurnal Riset Manajemen UNISMA.
- Astuti, M (2018). *Modul Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Lembaga Penerbit UPN “Veteran” Jakarta.
- Dewi, A.R & Harti. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di DJAWI LANBISTRO COFFEE AND RESTO SURABAYA*.
- Dwik, R & Samboro, J (2019). *Pengaruh lebel halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji HOKBEN (Hoka-Hoka Bento)*. Jurnal Aplikasi Bisnis.
- Ferrina, E.D (2008). *Merek & psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ferdinand, A (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismayanti (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Spesial Sambal Plengkung Gading*. Jurnal Pendidikan Teknik Boga Tahun 2018.
- Kotler & keller (2016). *Marketing Management (Global Edition)*. Inggris : Pearson Edition Limited.
- Marantina M, Dkk (2017). *Analisis Pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.17 No.4 : 573-580.

- Noor, J (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta. PT. Grasindo.
- Oentoro, D (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sheth, Jagdish, N., Mittal, Banwari., Newman, Bruce, I, (1999). *Customer Behavior: Customer Behavior and Beyond*. The Dryden Press. Orlando United States of America: Harcourt Brace College Publishers.
- Shilachul A.A, dkk (2018). PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FESYEN MUSLIM (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 62 No. 1 september 2018.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : ALFABETA.
- Suryati, L (2012). *Manajemen Pemasaran: suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*. Sleman : CV Budi Utama.
- Tamama M, Dkk (2019). *Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sarijan Coffee 2*. E-jurnal Riset Manajemen UNISMA.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik, Ed. 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.