

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Ardiana, & Eka, T. (2018). The Effect Of The Perception Of Service Quality On The Decision Of Purchase In Dawet Jabung Traders In Ponorogo. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research Vol. 02 No. 04*, 30-37.
- Bahri S. (2014). Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* no. 02 : 348–49
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 06, 379-388.
- Chalarce Totanan, A. G. (2021). The Effect Of Patronage Buying Motives On Small Business Profitability: Evidence From Indonesia. *Innovative Marketing Vol. 17 No. 1*, 109-119.
- Cnbcindonesia.com, Sebagaimana dalam <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210205211936-4-221442/1033-resto-tutup-total-di-ri-bertambah-seratusan-tiap-bulan> Diakses 7 Februari 2022
- Databoks.katadata.co.id, Jumlah penduduk Indonesia Sebagaimana dalam <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/28b276946b7eb00/dukcapil-jumlah-penduduk-indonesia-28248-juta-jiwa-pada-juni-2024> Diakses 8 September 2024
- Databoks.katadata.co.id, Jumlah penduduk muslim Indonesia Sebagaimana dalam <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/66b45dd8e5dd0/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-semester-i-2024> Diakses 8

September 2024

- Dataindonesia.id, Populasi muslim Indonesia Sebagaimana dalam <https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022> Diakses 2 Januari 2022
- Dharmmesta, Basu Swastha & Handoko, Hani T. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE- Yogyakarta. Yogyakarta.
- Erdawati, Asraf, Elondri, & Yuliza, M. (2021). Study Of Product Quality Aspects, Prices And Halal Labels On The Purchase Decision Of HPAI Herbal Product. *International Journal Of Economics, Business, And Accounting Research Vol. 05 No. 04*, 426-434.
- Erwina, E., Suprihhadi, H., 2017. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan Demokratis dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *J. Ilmu dan Ris. Manaj.* 6, 1–20.
- Farhan, A. (2019). Pelaksanaan Sertifikasi Halal Lppom Mui Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) (Studi Lppom Mui Provinsi Bengkulu). *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garg, P. and Joshi, R. (2018), "Purchase intention of 'halal' brands in India: the mediating effect of attitude", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 9 No. 3, pp. 683-694, doi: 10.1108/JIMA-11-2017-0125.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati & Porter, Dawn C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halalmui.org, Sebagaimana dalam <https://halalmui.org> Diakses 6 November 2021
- Hoetoro, Arif. 2018. *Ekonomi Mikro Islam*. Malang: UB Press.
- Iaei.or.id, Posisi Indonesia dalam SGIE Sebagaimana dalam <https://iaei.or.id/id/berita-dan-artikel/artikel/posisi-indonesia-dalam-sgie> Diakses 11 Oktober 2023
- Kartika, Arista Fauzi. 2020. "Fenomena Label Halal Is It a Awareness or Branding." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (1): 87
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kasnaeny, Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rohman, F. (2013). Patronage Buying Motives of Coffee shop's Consumers. *IOSR Journal of Business and Management*, 8(3), 19–22.
- Kaur, K., Osman, S., Kaur, S., & Singh, J. (2018). Is Halal A Priority In Purchasing Cosmetics In Malaysia Among Muslim Malaysian Women? *International Journal of Business, Economics and Law* Vol. 15, No. 3.
- Kemenperin.go.id, Sebagaimana dalam <https://kemenperin.go.id/artikel/22557/Wujudkan-Indonesia-Jadi-Produsen-dan-Eksportir-Produk-Halal-Terbesar-Dunia> Diakses pada 12 November 2021
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jilid 1, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jilid 1, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, A., Listyorini, S., Suharyono, & Yulianto, E. (2019). The impact of religiosity on fashion knowledge, consumer-perceived value and patronage intention. *Research Journal of Textile and Apparel*, 23(4), 269–290.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- M., M., Abdullah, R., & Razak, L. A. (2019). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable. A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing* Vol. 11 No. 5, 1091-1104.
- Marzuki, S. Z. S., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2012). Restaurant managers' perspectives on halal certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 47–58.
- Mas'ud, Fuad. (2004). *Survai Diagnosis Operasional : Konsep dan Aplikasi*. Semarang: BP UNDIP.
- Mas'ud, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: Undip Press.
- Mela, M. A., Marcoux, E., Baetz, M., Griffin, R., Angelski, C., & Deqiang, G. (2008). The effect of religiosity and spirituality on psychological well-

being among forensic psychiatric patients in Canada. *Mental Health, Religion and Culture*, 11(5), 517–532.

Merentek, Y. F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Vol. 5 No. 3*, 2839-2847.

Muliasari, D. (2020). The Effect Of Product Price And Product Quality On Purchasing Decision For Samsung Brand Handphones Among STIE AAS Surakarta Students. *International Journal Of Economics, Business, and Accounting Research Vol. 03 No. 04*, 501-506.

Oktavia, A., & Harahab, D. F. (2022). Life Style dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah. *Jurnal Manajemen Sains, Vol. 1, No. 137-145*.

Osman, M.Z. (1993). A Conceptual Model of Retail Image Influences on Loyalty Patronage Behavior. *The International Review of Retail, Distribution, and Consumer Research*. Vol. 3, No. 2: 133-148.

Pertiwi, Gunawan, D., & Dwi, A. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 08 No.1*, 815-824.

Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. (2010). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Putri, M. Y., & Fathorrahman. (2022). Pengaruh Patronage Buying Motives Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Distribusi Vol. 10 No. 01*, 105-116.

Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2009). Perceived service quality in fast-food restaurants: Empirical evidence from China. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 27(4), 424–437.

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135.

Republica.co.id, Sebagaimana dalam <https://news.republika.co.id/berita/rd58f0380/raih-nilai-a-warong-steak-shake-resmi-bersertifikasi-halal-lppom-mui-pusat-hingga-2026> Diakses 6 September 2022

Sangadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

- Santoso, A., Hartono, S., & Wijianto. (2017). Influence Of Labeling Halal And Products Consumption Safety Labels To Buying Decisions Of The Muslim Community. *Internatonal Refereed Research Journal* Vol. 8 No. 4.
- Samad, & Dewi, T. F. (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 1.
- Sarwono. Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam, “*Jurnal Inovasi Pertanian*”, I. 2009.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sembiring, Suharyono, & Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15 No 1 Oktober 2014.
- Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Setiawan, I., Kustyah, E., & Maryam, S. (2022). Analisis Halal, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Arabians Kebab Di UMS Surakarta). *Jurnal Edunomika* Vol. 06 No.01.
- Shim, S. and Antigone Kotsiopoulos. (1992) *Patronage Behavior of Apparel Shopping: Part I. Shopping Orientations, Store Attributes, Information Sources, and Personal Characteristics*. *Clothing and Textiles Research Journal* 10 (2): 48-67.
- Sinambela, E., & Satriawan, B. (2009). Pengaruh Patronage Buying Motives terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Argo Wisata dan Wana Wisata. 9(2), 1–26.
- Sopa. (2013). *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia: Studi atas Fatwa Halal MUI terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika*. Jakarta: GP Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 1–11.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tamrin, dan Tantri, Francis. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Totanan, C., Mayapada, A. G., Yamin, N. Y., Parwati, N. M. S., & Indriasari, R. (2021). *The effect of patronage buying motives on small business profitability: Evidence from Indonesia*. *Innovative Marketing*, 17(1), 109–119.
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-MAX di Wonogiri. *Jurnal Edunomika Vol. 03 No. 02*, 407-414.
- Wardani, A., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Ditinjau Dari Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Pasar Triwindu Surakarta. *Jurnal Edunomika Vol. 04, No. 01*, 191-199.
- Waroengsteakandshake.com, *Sebagaimana* dalam <https://waroengsteakandshake.com> Diakses 8 September 2024
- Wibisono, Indra, Perdana. (2017). Karakteristik, Patronage Buying Motives dan Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Desa Ekowisata Rajegwesi, Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal of Tourism and Creativity*. 1 (1).
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Universitas Kristen Petra*: 5 pp. 581-594 (2).
- Wilson, J.A.J. and Liu, J. (2010), “Shaping the halal into a brand?”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1 No. 2, pp. 107-123.
- Wisnu Mumpuni, M. A., & Nurtantiono, A. (2022). Implikasi Store Atmosphere, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Euphoria Cafe Karanganyar. *Jurnal Edunomika Vol. 06 No. 01*, 199-210.
- Yasmirah Mandasari. (2019). *Sanksi Pidana Terhadap Kandungan Non Halal Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal Yang Dilakukan Korporasi*. *Soumatara Law Review*, 2(2).

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions A Means-End Value : Quality , and Model Synthesis of Evidence*. 52(3), 2–22.d

