

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal Of Management*, 4(4).
- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 144
- Aditya, T. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Institut Teknologi Sumatera) [Phd Thesis]. Uin Raden Intan Lampung.
- Aghivirwati, G. A., (2022). Manajemen Kualitas. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ailah, M. W. (2019). Pemahaman Konsep Halal Dan Halal Awareness Dalam Perilaku Konsumen Muslim Breadtalk Di Surabaya [Phd Thesis]. Uin Sunan Ampel Surabaya.
- Aisyah, M., (2019). The Demand for Halal Certified Restaurants in Indonesia. 8, 86–98.
- Akbar, M. J. C. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading) [Phd Thesis]. Universitas Brawijaya.
- Amin, N. F., (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amin, S. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal Menurut Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal [Phd Thesis]. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.

- Aniyati, I., & Indayani, L. (2023). The Effect Of Market Orientation And Product Innovation On Marketing Performance Through Competitive Advantage As An Intervening Variable In Msme Bags In Sidoarjo. *Academia Open*, 8, 10–21070.
- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa€Tmmur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2), Article 2.
- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890–899.
- Aspan, H., (2017). The Effect Of Halal Label, Halal Awarness, Product Price, And Brand Image To The Purchasing Decision On Cosmetic Products (Case Study On XVIII Consumers Of Sari Ayu Martha Tilaar In Binjai City). *International Journal Of Global Sustainability*, 1(1), 55–66.
- Aulia, A. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal [Phd Thesis]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Azlan, A., Zalbahr, N., Sultana, S., Daud, S. M. M., & Yuniastuti, A. (2022). Students' Perception, Knowledge, Attitude And Behaviour Towards Halal Foodproducts In Malaysia. *Food Research*, 6(2), 99–109.
- Bashir, A. M. (2019). Effect Of Halal Awareness, Halal Logo And Attitude On Foreign Consumers' Purchase Intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015.
- Cahyaningrum, E., (2015). Analisa Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kinerja Perusahaan Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Pt. Telkom Indonesia Divisi Regional Jawa Tengah-Diy Dan Wilayah Telekomunikasi Semarang). *Jurnal Gaussian*, 4(4), 805–814.
- Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'cost Seafood Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 426–432.

- Darwadi, M. S., & Wulandari, S. (2022). Analisis Identitas Budaya Populer Jepang Terhadap Komunitas Anime Palembang. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3(1), 12–19.
- Dema, F. U. H., & Rokhman, N. (2021). Pengaruh. Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina Di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(2), 147–160.
- Fadlullah, A. K., (2021). The Effect Of Halal Label, Halal Awareness, Food Ingredients, Advertising And Purchase Interest On The Decision To Buy “Samyang Noodles”(Study On Universities Students In Malang City). *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics And Law*, 24(2), 107–113.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Firdaus, S., (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Di Kota Sukabumi. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 3(3), 1579–1583. XIX
- Fitriani, P. D. (2021). Peran Harga Pada Paket Freedom Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Provider Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2016 Iain Kediri) [Phd Thesis]. Iain Kediri.
- Gujarati, Damodar (1999). *Ekonomika Dasar*. Erlangga, Jakarta.
- Hadyarti, V., & Kurniawan, M. Z. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Eco-Entrepreneur*, 8(2), 47– 59.
- Hair, J. F., (2019). When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J., (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*.

- Harahap, R. S. P. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan Vi Kelurahan Nangka Binjai Utara). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), Article 2.
- Hardani, H., (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Hariono, L. (2018). Apakah E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word Of Mouth) Dalam Memengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Competence : Journal Of Management Studies*, 12(1), Article 1.
- Hasyim, F., & Purnasari, N. (2021). Antecedent Of Halal Food Purchasing Decision: A Theory Of Planned Behavior (Tpb) Approach. *Iqtishadia*, 14(1), 107.
- Heri Sudarsono, Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002), h.203
- Hermawan, H. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Instagram Terhadap Purchase Intention Pada Restoran Richeese Factory. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 65–76.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), Article 2.
- Ihsan, D. N. (2022). The Relationship Between Human Capital, Halalpreneurs' Desire, And Halal Awareness: Empirical Evidence From Indonesia's MicroEntrepreneurs.
- Iham Tugiso (2016), "Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Numira Online Shop Semarang), *Jurnal Of Management* Vol. 2 No. 2 Maret 2016.
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), Article 2.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.

- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk XX Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521-1535.
- Suryono Budi Santosa. 2019. *Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara)*” diponegoro journal of management, vol.8. No.1. Hal.1-13.
- Karomah, Y. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Kosmetik Wardah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang) [Phd Thesis]. Tugas Akhir, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Kaunang, F. J., (2021). Konsep Teknologi Informasi. Yayasan Kita Menulis.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (Seventeenth Edition). Pearson Higher Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, Dan Layanan Purna Jual Di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957–966.
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019a). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94–101.
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019b). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), Article 2.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Maksudi, M., dkk (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 825–840.

- Milenia, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Mess Steak Mangga Dua Square Jakarta/Merlyn Milenia/20180916/Pembimbing: Tumpal Jr Sitinjak.
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Budiantoro, R. A., & Arifandi, M. R. (2022). The Impact Of Halal Label In Halal Food Buying Decisions. *Journal Of Islamic Economic Laws*, 5(1), Article 1.
- Mulyati, Y. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168.
- Murni, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam Dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 20–33. XXI
- Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Media Sahabat Cendekia.
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–46.
- Nurlan, F. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Cv. Pilar Nusantara.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan Iain Surakarta. *Among Makarti*, 12(2).
- Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee And Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282–297.
- Pambudi, B. G. (2018). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi Pada Pemuda Muslim Bandarlampung
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta:Rajawali Press,2009),h.59
- Santoso (2001). SPSS versi 10 Jakarta : Elex Media Komputindo.

Setiyaji (2004). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Belajar.

Soemarsono, Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990),h.17.

Sugiyono (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabet.

Tjiptono (2017). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta : Andi.

Widhi Kurniawan (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Pandiva Buku.

Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta:Gema Insani,1999),h.189

