

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S. (2017). Motivations and benefits of halal food safety certification. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 605–624.
- Abdullah dan Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Management Insight : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Afroniyati, L. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 18(1), 37–52.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Al-Otoum, F. J., & Nimri, R. S. (2015). Antecedents of Consumers' Behavior towards Halal Food among Jordanian Customers: A Structural Equation Modeling (SEM) Approach. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 12(1), 1–8.
- Amani, I., & Azizah, S. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2).
- Amin, M. R. (2010). *Fatwa Produk Halal Melindungi dan Menentramkan*. Jakarta: Pustaka Jurnal Halal.
- Amir, M. T, (2005) *Dinamika Pemasaran : Jelajahi & Rasakan*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Angraini, D., & Harwani, Y. (2020). The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta. *International Conference on Management, Economics and Business*, 120 (Icmeb 2019), 296–301.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127.

- Aslan, D. I. (2016). Measuring Halal awareness at Bingol City. *Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)*, 5(3), 340–355.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23.
- Aziz, Y. A., Vui, C. N., Yuhanis, A. A., & Chok, N. V. (2012). The role of Halal Awareness and Halal Certification in influencing non-Muslims' purchase intention. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012)*, March, 1819–1830.
- Basyir, Ahmad Azhar. (2009). *Asas-asas hukum muamalat (hukum perdata Islam)*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Yogyakarta : UII Press.
- Billah, A., Rahman, M. A., & Hossain, M. T. Bin. (2020). Factors influencing Muslim and non-Muslim consumers' consumption behavior: A case study on halal food. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(4), 324–349.
- Bramanti, P. M., & Sutanto, J. E. (2022). The effect of service quality, brand image, and price on purchase decision of proyek iseng mural in surabaya city. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6(3).
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 379.
- 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.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. (2001). *Pemasaran*, Edisi pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Chong, S. C., Yeow, C. C., Low, C. W., Mah, P. Y., & Tung, D. T. (2022). Non-Muslim Malaysians' purchase intention towards halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 13(8), 1751–1762.
- Damit, D. H. D. A., Harun, A., Martin, D., Othman, B. J., Othman, B., & Ahmad, H. (2019). What makes a non-muslim purchase halal food in a muslim country? An application of theory of planned behaviour. *Management Science Letters*, 9(12), 2029–2038.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen 212 mart condet batu ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58-66.

Dispendukcapil.semarangkota.go.id, Statistik agregat agama di Kota Semarang, Sebagaimana dalam <https://www.dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik-agregat-agama/?semester=S2&tahun=2023&submit-statistik=true> Diakses 11 Maret 2024

Ekonomi.bisnis.com, Sebagaimana dalam <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151114/100/492113/restoran-jepang-perjalanan-panjang-demi-status-halal> Diakses 11 September 2024

Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. Yogyakarta : Deepublish Publisher.

Ghofur, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 5(2), 380-394.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi ANALISIS Multivariate Degan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Universitas Diponegoro

Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). Non-muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17(3), 667–674.

Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, 7(4), 631–633.

Haque, A., Sarwar, A., Yasmin, F., Tarofder, A. K., & Hossain, M. A. (2015). Non-muslim consumers' perception toward purchasing halal food products in malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 133–147.

Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.

Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara

Hasan, S. (2014). *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo

- Hassan, S. H., & Hamdan, H. (2013). Experience of non-Muslim consumers on halal as third party certification mark in Malaysia. *Asian Social Science*, 9(15), 263–271.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Legal Arguments of Halal Product Guarantee (Argumentasi Hukum Jaminan Produk Halal). *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 31–66.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107.
- Hukumonline.com, UU Jaminan Produk Halal Memberikan Kepastian Hukum Kepada Kosumen, sebagaimana dalam <https://www.hukumonline.com/berita/a/uu-jaminan-produk-halal-berikan-kepastian-hukum-bagi-konsumen-lt54241d9c5a5ed> Diakses 11 Maret 2024
- Husen, I. A., & Setiawan, D. A. (2023). the Influence of Price, Word of Mouth, and Service Quality on Fast Food Purchasing Decisions Sabana Fried Chicken, Cilincing Branch, North Jakarta. *International Journal of Social Science*, 2(5), 2209–2228.
- Inanta, G. D., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Service Quality, Shop Atmosphere and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Coffee Shops Such as Lenteng Agung South Jakarta City. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 689-698.
- Irfan, A., & Suasana, I. G. K. G. (2021). The Effect of Bundling Strategy, Price Perception, and Brand Image on Purchase Decisions (Study on Local Fast Food Retailers in Bali Indonesia). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(6), 295–299.
- Isnawati, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mobil Suzuki Ertiga Pt Duta Cemerlang Motors Semarang) (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis) Semarang : Universitas Diponegoro.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4 Jakarta: Penerbit Erlangga
- Jamil Suprihatiningrum, (2016) *Strategi Pembelajaran Teori dan Aplikasi*, 17 Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jamila, P., & Siregar, S. (2022). The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19.

- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 165–174.
- Karimah, I. (2018). Perubahan Kewenangan Lembaga-Lembaga yang Berwenang Dalam Proses Sertifikasi Halal. *Journal of Islamic Law Studies*, 1(1), 107–131.
- Khemchotigoon, Y. (2014). The relationship between consumer animosity, marketing mix, perceived product quality, consumer satisfaction and intention to purchase of consumer behavior. *International Conference on Trends in Multidisciplinary Business and Economics Research*, 27, 28.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2022): *Marketing Management*, 16th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristiyoningsih, Ridwan, A., & Fanani, A. (2023). The Impact of Halal Label Availability on Fried Chicken Purchase Decisions: A Case Study in Jatirogo District, Tuban Regency. *Agriecobis: Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 6(01), 23–33.
- Lada, S., Harvey Tanakinjal, G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76.
- Laksana, N., & Sufian, S. (2012). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Berjangka Pada Bank Jateng Cabang Semarang* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Lawang, R. M. (2014). *Tata Krama Lingkungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Liliani, P. (2020). Analisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada behavioral intention restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18-48.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall. Com. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64.

- 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, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mathew, V. N. (2014). Acceptance on halal food among non-Muslim consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 262-271.
- Menukuliner.net, Restoran Jepang Terbaik di Semarang, Sebagaimana dalam <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151114/100/492113/restoran-jepang-perjalanan-panjang-demi-status-halal> Diakses 11 September 2024
- Millatina, A. N., & Sayyaf, R. T. F. (2019). 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.
- Mutiara, A., Imaniyati, N. S., & Zakiran, A. H. (2022). Pencantuman Label Halal dalam Produk UMKM Tauco Cianjur menurut Undang-Undang Jaminan Produk Halal sebagai Upaya Perlindungan Konsumen. *Bandung Conferences Series: Law Studies*, 2(1), 506–513.
- Muzhar, A., Santoso, B., & Rusdan. (2018). The Effect of Halal Label on Brand Image and Its Impact on Consumers' Purchasing Decisions. *The International Journal of Business & Management*, 6(2), 171–180.
- Nasution, A., Nasution, A. P., & Nasution, M. F. (2023). Effect Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions of the Padang Ampera Uni Restaurant in Pinang City. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 877.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen mutu terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ningtyas, A. A., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Iqbal Cimahi. *Prosiding Manajemen ISSN*, 2460, 6545.
- Nuari, P. G. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Kompetitif, Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Rm Ayam Bakar Wong Solo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Nugroho, F. Y. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Nur Aniza Q., Noreina, & Nurul S. (2013). 2nd International Conference on Technology Management, Business and Entrepreneurship: Enhancing

Business Capabilities through Technology Innovation and Entrepreneurship. *Selecting Halal Food: A Comparative Study of the Muslims and Non Muslim Malaysian Student Consumer* , 438–450.

Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57.

Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: a Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.

Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan olahan halal pada konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 8(3), 250–260.

Oktarini, R., Kencana, P. N., & Wahidah, N. R. (2022). The Influence Of Service Quality and Price On Purchasing Decisions At Mr. Fox Restaurant, South Jakarta Branch. *International Journal Of Economy, Education, And Entrepreneurship*, 2(2), 477–484.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.

Pengenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen “Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant” Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 155–163.

Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2017). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: 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.

Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.

Prasetyo, G. R. (2024). *Pengaruh Label Halal, Religiositas, Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Japanese Food*. 1(1), 33–40.

- Purnama, O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi”. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(3), 281-293.
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, P. B., Wijayanti, L. M., Hyun, C. C., & Pramono, R. (2020). Halal Foods Purchase Intension among Indonesian Non-Muslim Consumers: An Exploratory Case Study Approach. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, April 2020, 15–27.
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). The influence of brand image, service quality, and social media marketing on purchase decision at restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251-260.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 39(2), 105–111.
- Rahayu, S. D., & Kusnanto, D. (2023). The Influence Of Service Quality And Electronic Word Of Mouth On Purchasing Decisions At The Syntesis Coffee Cafe In Karawang Regency. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(1), 474–477.
- Rahman, F. A., & Masmarulan, R. (2023). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions At Richeese Factory Restaurant In Makassar City. *Journal of Management Research and Studies*, 1(1), 86–94.
- Ramli, M. A., Abd Razak, M. A., & Jaafar, M. H. (2023). Understanding non-Muslims’ reluctance to halal food: a systematic review. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 544–561.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The power of brands: Teknik mengelola Brand equity dan Strategy pengembangan merk plus analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Razak, Mashur (2016) *Perilaku Konsumen*. Makassar : Alauddin University Press.
- Rifai, M. S. A., Nurhidayat, W., Prianka, W. G., Salsabila, F. L., & Nabilah, S. S. (2022). Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan bahan makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di Era Pandemi Covid-19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(4), 1563-1576.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42.

- Rohmah, F. N. (2023). Pengaruh Citra Merek , Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Kajian Mahasiswa IAIN Pekalongan). *Proceedings of Femfest International Conference on Economics, Management, and Business*, 1, 480–503.
- Roslina, L. (2017). Shoku Bunka: Warna Budaya Dan Tradisi Dalam Makanan Jepang. *Izumi: Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya Jepang*, 6(2), 1-8.
- 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).
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605.
- Sari, D. K., & Sudardjat, I. (2015). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1, 49–56.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen* Ed. 7. Jakarta: Indeks.
- Sebagaimana dalam <https://www.dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik-agregat-agama/?semester=S2&tahun=2023&submit-statistik=true> Diakses 11 Maret 2024
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15.
- Simbolon, F. P. (2019). Pengaruh Label, Harga, dan Merek Halal Tentang Keputusan Pembelian Bakso Wagyu Di Kota Wisata Cibubur. *The Winners*, 20, 111–120.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan R and D*. Bandung: Alfabeta

- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). Pengaruh Label Halal dan Agama Pribadi Terhadap Pembelian Keputusan Produk Pangan di Indonesia. *Jurnal Internasional Bisnis, Ekonomi, Dan Hukum*, 4(2014).
- Swasta. B dan Handoko. T, H, (2008), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Yogyakarta: BPFE
- Thomson, P. S., dan Ginting, L. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Media Informasi Manajemen*. Vol.1, No.3.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6, 65–78.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset
- Victor, V., & Yu, J. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Keriting Medan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(1), 117-126.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The impact of product quality, price and distribution on purchasing decision on the Astra motor products in Jakarta. *Arthatama*, 1(1), 18-26.
- Wan-Hassana, W. M., & Awang, K. W. (2009). Halal food in New Zealand restaurants: An exploratory study. *International Journal of Economics and Management*, 3(2), 385–402.
- Wannasupchue, W., Mohamad, S. F., Ishak, F. A. C., & Ungku Zainal Abidin, U. F. (2023). Challenges to obtain halal certification among restaurants in northeast Thailand. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 607–621.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh bauran promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).