

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian beras organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1-8.
- Adnan, A. (2018). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian susu morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Afrianty, N., & Agustina, D. (2020). Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT. HNI HPAI Kota Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2), 121-136.
- Agustina, F. I., Athar, H. S., & Rusdan, R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung-Warung Pecel Di Blitar. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 6(2).
- Ahmad, A., & Yahya. (2013). A Study on Halal food Awareness among muslim customers in Klang valley. In: *4<sup>th</sup> International Conference on Business and Economic Research Proceeding*. Bandung.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: Era Adicitra Intermedia.
- Alserhan, B. Ahmad. (2010). Islamic Branding: A conceptualization of related terms. *Journal of Brand Management*, 18(1), 34-49.
- Alserhan, B. Ahmad. (2010). On Islamic Branding: Brands as Good Deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101-106.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Arwin, A., & Hutagalung, D. S. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 189-198.

- Aulia, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 294-305.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Hasil Sensus Penduduk Indonesia 2020*. Jakarta.
- Bell, D. R. & Lattin, J. M., (1998). Shopping Behavior and Consumer Preference for Store Price Format: Why 'Large Basket' Shoppers Prefer EDLP. *Marketing Science*, 17(1), 66-68.
- Diansyah, D., & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97-109.
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Iqtishad Equity Jurnal Manajemen*, 3(2), 266-277.
- Endah, N. H. 2014. Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 11-25.
- 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.
- Faturohman, I. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 882-893.
- Faizah, H., & Masreviastuti, M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 325-328.
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Peneliti Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen Edisi kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579-1583.
- Fitriya, E. (2017). Analisis Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 2(1).
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM ed. 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2), 198-212.
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 196-203.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Singapore di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90-107.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Inovator*, 10(2), 133-140.
- Hidayat, E. (2018). Respon Pelaku Usaha Terhadap Kewajiban Penetapan Sertifikasi Halal pada Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek Sleman Yogyakarta The Business Actors' Response to The Liability of Determining Halal Certification for Ayam Penyet Surabaya and Super Geprek Sleman Yogyakarta.
- Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.

- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh lokasi, citra merek dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Dzuljastri, A. R. (2019). Halal certification mark, brand quality, and awareness: Do they influence buying decisions of Nigerian consumers?. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1657-1670.
- Jumani, Z.A., dan Siddiqui, K. (2012). Bases of Islamic Branding In Pakistan: Perception or Believes. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol.3, No.9.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, jilid 1*. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh *Islamic Branding*, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289-302.
- Lamb, Charles W., Hair J.F., & McDaniel Carl. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Mas'ud, Fuad. 2017. *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: UNDIP Press.
- Merentek, Y. F., Lapian, J., & Soegoto, A. S. (2017). Pengaruh kualitas produk, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kfc bahu mall manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).

- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (*Halal Awareness*) dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 95-109.
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding*, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 13(2), 79-87.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83-88.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43-54.
- Parhan, M., & Ismail, R. M. (2012) Understanding the Level of Halal Awareness among Muslim and Non-Muslim Young Consumers in Malaysia. *Proceedings of Symposium on Technology Management and Logistics*, 8(9), 41-50.
- Qardhawi, Y. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam (terj.)*. Jakarta: Gema Insani Prss.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran. *Journal of science and social research*, 1(1), 7-12.
- Ranto, D. W. P. (2013). Menciptakan *Islamic Branding* Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *JMBA*, 1(2), 1.
- Rohman, A. (2012). Konsep Kebutuhan dan Keinginan Imam Al-Ghazali. *Edu Islamika*, 4(1), 149-167.
- Saifuddin Azwar. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521-1535.
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali. *Prosiding Manajemen*, 6(1), 47-49.

- Sciffman, & Lazar Kanuk. 2000. *Customer Behavior*. International Edition: Prentice Hall.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1).
- Shaari, J. A. N. And Arifin, N. S. (2010). Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444– 456.
- Soerjono, Soekanto. 1997. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: CV Rajawali.
- Sudarwati, S., Kustiyah, E., & Tsani, A. F. (2017). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 238-249.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Supriadi, Dedi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Swatha, Basu. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Swimbweghe, K., Sharma, D., and Flurry L. (2009). An Exploratory Investigation of the Consumer Religious Commitment and Its Influence On Store Loyalty and Consumer Complaint Intentions. *Journal of Costumer Marketing*, 26(5), 340-347.
- Tai, Jacky dan Chew. 2012. *Brand Management*. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy., dan Candra Gregorius. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan). *Jurnal plans: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2).
- Utami, S. D. (2015). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115759.
- Wati, F. S. (2021). Pengaruh Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk HNI-HPAI Halal Mart BC Medan 8. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 229-242.
- Yasid. (2013). Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam. *EKBISI*, 7(2), 186-200.
- Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32-43.
- Zemthaml, et all. 2009. *Delivering Quality*, Jakarta: UI Press.
- bengawan news diakses pada 16 Juni 2022 pukul 11.03 WIB
- crazfood.com diakses pada 14 September 2022 pukul 03.30 WIB
- databoks.katadata.co.id diakses pada 3 Maret 2022 pukul 21.38 WIB
- food.grab.com diakses pada 14 September 2022 pukul 03.27 WIB
- halalmui.org diakses pada 2 Januari 2022 pukul 14.14 WIB
- krjogja.com diakses pada 16 Juni 2022 pukul 10.33 WIB
- m.suarakarya.id diakses pada 25 April 2022 pukul 22.54 WIB
- solopos.com diakses pada 25 April 2022 pukul 21.24 WIB