

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Azam. (2020). *Halal Entrepreneurship: Concept and Business Opportunities. In Entrepreneurship. IntechOpen.*
- Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi).* 6(3), 38–51.
- Aleiyya, I. La, & Widayanto, H. D. W. (2014). Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Apple Ipad (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ipad Di Fisip Undip Semarang). *Journal Of Social And Politic,* 1-8.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/5189>
- Anggraini, D. S., Thaha, S., & Jambi, S. (2024). *KEMASAN (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Uin Sts Jambi) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri.*
- April, N., Ekonomi, F., & Dian, U. (2024). *Pengaruh Brand Image , Product Quality dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sunblock Vaseline Healthy Di Kota Semarang.* 2(5), 20–26.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan.* 3(2), 58–68.
- Asraini, D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis,* 2(1).
<https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.283>
- Assauri, & Sotjan. (2015). *ManajemenPemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Astuti. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204–219. <https://doi.org/10.53695/Ja.V2i2.154>.
- Ayu. D. (2012) Pengaruh Citra Merek Dictionary of Statistics & Methodology, 5(1), 15-24 108 Ely. (2021) Buku Penataan produk
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dien Hawa, S., Rianto, S., & Saumi Andrean Nofa, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Pada Honda Beat Motorized Vehicle. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.61434/dfame.v2i1.136>
- Fajriah, R. A., & Susilo, E. (2024). *In Purchasing Emina ' s Cosmetic Products Pengaruh Label Halal , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina*. 5(2), 4435–4444.
- Fitriyah, A. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Sari Apel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3511. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9541>
- Fuadah, A. ., & G, M. (2024). *Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen SHOPEE FOOD*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan Jan, R., Nabila Bachdar, F., & Hasan, F. (2022). Pengaruh Label Halal

- Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 198–206.
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.436>
- Hasbi. (2021). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an.*
- Hasyim, M. Y. I., Fathurrahman, F., & Muslihati, M. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal (Studi pada Milenial Muslim Di Kawasan Lego-lego CPI Makassar). *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(1), 75–88.
<https://journal.ppipbr.com/index.php/productivity/index>
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209–215.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27985>
- Imah, B., Majid, N., & Addiarahman. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). In Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Indah. (2024). *PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BATIK RINDANI DI KOTA JAMBI.* universitas jambi.
- Islahiha, Mulyadi, & Lisnawati. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi dan Harga

terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 691.

Kalbarini, R. Y. (2022). Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak. *Halal Research Journal*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.226>

Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.

Khotimmah, N., Sri, D., Pantjolo, W., & Pitoyo, B. S. (2024). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Online Customer Review , Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Madame Gie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)*. 2(1), 826–844.

Kotler, & Amstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Pearson Prentice.

Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 3. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Armstong. (2018). *Principles of Marketing (15th ed.)*. Pearson Publishing.

Kotler, & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.

Made, N., & Aksari, A. (2018). *SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini membuat persaingan semakin ketat sehingga menuntut produsen untuk lebih peka , kritis dan reaktif terhadap b*. 7(1), 441–469.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.

- Moch. Yofaldy Ichsan Hasyim, Fathurrahman, & Muslihati. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(1), 75–88. <https://doi.org/10.62207/1f8ac986>
- Muhammad, N. (2023). *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*. 9(September 2022), 150–162.
- Mukhroji, Anisa, & Teguh Ferdiyansah. (2023). The Influence of Halal Awareness of Halal Labels and Sub-Cultures on the Purchase Decision of MSME Products in Bumiayu. *Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 1, 15–24. <https://doi.org/10.24090/ieibzawa.v1i.740>
- Mutiara. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE, HALAL AWARENESS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE: HOTEL SYARIAH DI PROVINSI LAMPUNG*.
- Nabila Putri, E., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2024). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken Di Bekasi Hadita Hadita. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 61–73. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.1285>
- Nurhayati, & Hendar. (2020). *Religiusitas intrinsik pribadi dan pengetahuan produk tentang niat membeli produk halal: Peran kesadaran produk halal*. *Jurnal Pemasaran Islam*, 11(3), <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>.
- Pambudi, B. G. (2018). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung).

Skripsi. <https://onesearch.id/Record/IOS4198.32537/Details>

Philip, K., & K.L, K. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.*

Philip, K., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.*

Prawiro. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: VnVLEATHERGOODS. 3.*

Priyanti, & Dwi. (2013). *Data Statistik. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Mediakom.*

Qolbi N, M., Sanford, K., Sinar, D. I., Batam, M., & Hermansyah, T. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR. 2(1), 50–57.*

Ramli, S. (2013). *Pengantar Manajemen, Bandung: Alfabeta.*

Safitri. (2021). “Pengaruh Halal Awareness, Price, Diversity, Product and Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behavior Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Universitas Kuala”.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam 3, no.1.*

Sahabuddin, R., Arif, H. M., Manai, S. D., & Suryani, D. (2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) The Influence of Brand Image , Product Quality , and Price on Buying. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI), 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>*

Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. Jurnal Administrasi Terapan, 2(1), 48–59.*

Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022).

- Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, September.
- Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2019). PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v5i1.709>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suwandi, R. S., & Setiorini, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Produk Starbucks Jatiwarna Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1), 454–460. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i1.673>
- Syahputra, & Hamoraon. (2013). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan*

dalam Kemasan. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, 2(8), 475–487.

Tjiptono. (2020). *Strategi pemasaran. Cv Andi Offset.*

Tjiptono, & Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi New Jersey: Pearson Prentice Hall.*

Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.*

Utami. (2023). PENGARUH KESADARAN HALAL DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL (Studi Kasus Konsumen Kosmetik Halal di Purwokerto). *Aleph, 87(1,2), 149–200.*

Wadud, U., & Suyono. (2023). “*Influence of Brand Image, Price and Product Quality Regarding Purchasing Decisions*” dengan hasil *Brand Image, Price and Product Quality.*

Wahyuni, Y., & Lenti, N. (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Konsumen Tiket.com. 1.*

Warren, J. Keegan. (2014) *Global Marketing*

Yalip, Y., Nengsih, T. A., & Martaliah, N. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Daging Impor Di Toko Daging Abah Kenali Asam Bawah Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(3), 332–346.* <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.563>

Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi pada toko Rara Aksesoris. *Oikonomia : Jurnal Manajemen, 20(1), 17–26.* <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/index>

Zanti, M., & Hasan, N. (2024). *Pengaruh Labelisasi Halal , Pelayanan Islami dan*

Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sate Apaleh Kabupaten Bireuen). 8(2), 767–773.