

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- AFIFAH, F. N. (2022). Pengaruh lebelisasi halal, harga, dan promosi terhadap minat beli ulang pada makanan kemasan lokal.
- Alim, S. A., & Brawijaya. (2018). Pengaruh persepsi lebel halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli produk fesyen muslim. *Universitas Administrasi, Fakultas Ilmu Bisnis, Ilmu Administrasi Studi, Program Administrasi, Ilmu Pemasaran, Konsentrasi*, 1–79.
- Anshori, M. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Davidson, H., Suworto, & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/>
- Fernandes. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem: Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian*. Universitas Brawijaya Press.
- Khoeron, M. (2022). Makanan Halal Indonesia Ranking Dua Dunia. *Kementrian Agama Republik Indonesia*. [https://www.kemenag.go.id/read/makanan-halal-indonesia-ranking-dua-dunia-kemenag-kita-menuju-nomor-satu-zeoly#:~:text=Jakarta \(Kemenag\) --- Produk makanan,kategori makanan dan minuman halal](https://www.kemenag.go.id/read/makanan-halal-indonesia-ranking-dua-dunia-kemenag-kita-menuju-nomor-satu-zeoly#:~:text=Jakarta (Kemenag) --- Produk makanan,kategori makanan dan minuman halal).
- Kusharyadi, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Label Halal Islam terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Seran*. 130.

[http://repository.uinbanten.ac.id/3924/1/SKRIPSI-131401333-Fajar Ari Kusharyadi.pdf](http://repository.uinbanten.ac.id/3924/1/SKRIPSI-131401333-Fajar-Ari-Kusharyadi.pdf)

- Leshinta, I. (2022). Halal Food: Peluang Ekonomi bagi Indonesia. In *SEF FEB UGM on July 8, 2020*.
- Muhammad, A. A. (2018). Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, Promosi, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Jakarta. In *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume*.
- Pospos, A. F. F. (2018). Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mi instan pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Padangsidempuan (Jurnal AT-TIJAROH). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 271–285.
- Riyanto; Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizaty, M. A. (2021). Skor Indeks Makanan Halal Indonesia Peringkat 4 di Dunia. *NoTitle.Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/06/skor-indeks-makanan-halal-indonesia-peringkat-4-di-dunia>
- Romdoni, R. (2022). Pengaruh lebelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembeli pada makanan cepat saji Bfc di Sukarame menurut perspektif ekonomi islam. 8.5.2017,2003_2005.
- Rukayat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Saputra Ridho. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru*. 23. [https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO SAPUTRA.pdf](https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf)
- Sari, D. P. (2020). *Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk KFC (Studi Kasus pada Konsumen KFC Padangsidempuan)*. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6263/>

- 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/professional.v5i1.709>
- Utama, aditia edy. (2017). Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembeli produk KFC (studi pada Kfc Hertasning di kota Makassar).1-14
- PWilanggono, D. (2019). Pembelian keripik buah kota batu. (Studi pada Konsumen Muslim). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Yusuf, M. (2018). *Meningkatkan Kualitas Pelayanan Bisnis*. 13, 97–107.
- Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). the Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>