

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8 (1), 179–188.
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran* (D. W. M.M, ed.). Indomedia Pustaka.
- Andrian. (2013). *Pengaruh Promosi, Potongan Harga dan Ragam Produk Terhadap Volume Penjualan Pada P.T. Matahari Departement Store Mall Metropolitan Bekasi*. Universitas BSI Bandung.
- Andrian. (2019). Dampak Digital Marketing dan Ragam Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajaemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3 (1), 14–24.
- Andrian, Narpati, B., & Nursal, F. (2020). Pengaruh Turnover Intention dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Sales Promotion Girl (SPG) Matahari Departmen Store - Bekasi. *Business and Management Analysis*, 3 (2), 174–188.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2020). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 18–24.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 (1), 30–42.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 3 (1), 41–55.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4 (3), 415–424.
- Harahap, D., Farizal, N., & Nasition, M. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4 (2), 185–204.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Applied Business Administration*, 3 (1), 40–52.
- Ibrahim. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Dinas Syariat Islam Kab. Pidie). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1 (1), 1–14.
- Iltham, M. F., & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga pada Oleh-oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 11 (2), 311–326.
- Jayusman, I., & Kurniawan Shavab, O. A. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13–20.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*, Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management. 15e*, Boston, Pearson Education.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid dua*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma Rini, D. A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Label Halal, Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Halal (Studi Empiris Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Magelang)*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dialih Bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Mujid, A., & Andrian. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3 (2), 66–76.
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). The Impact of Brand Image, Product Quality dan Price on Purchase Intention of Smartphone. *International Journal of Research Culture Society*, 3(1), 99–103.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7 (2), 185–195.
- Mundir, A., Nizar, M., Mustaqimah, A. R., & Faujiah, A. (2021). Pengaruh Iklan, Brand Image dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Santriwati Pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Asrama I Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8 (2), 1–28.
- Nazarani, M. R., & Suparna, G. (2021). The Effect of Luxury Brand, Brand Image, and Product Quality on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 290–295.
- Paramita, A. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal dan Kualitas Produk*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9-Bu; M. Masykur, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Pratiwi, N. I., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Co Branding Berdampak pada Niat Beli Pelanggan (Studi Pada Konsumen Cornetto Silverqueen di Kabupaten Grobogan). *YUME: Journal of Management*, 5 (1), 51–66.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak (Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariamamn). *Jurnal Indovisi*, 1 (1), 83–104.
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15 (1), 30–44.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8 (1), 147–155.
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. (2020). The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision. *International Research Journal of Management, IT & Sciences*, 7(3), 38–49.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu; B. Sarwiji, Ed.). Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3 (3), 59–65.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65–79.
- Stanton, W. J. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudirman, A., Halim, F., Pakpahan, G. E., & Sherly. (2020). Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Beli Smartphone Merek OPPO Dalam Kondisi Pandemi Covid-19. In: *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5 (1), 1–11.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan ke). Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd, Cetakan ed.; Sutopo, Ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302–315.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pemebelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2 (1), 44–50.
- Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga

- Tehadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9 (1), 75–84.
- Tiara Kasih, A., Saraswati Dewi, N. A., Budiyati, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue. *STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1 (1), 342–351.
- Umar, H. (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah. Edisi 1, Cetakan Pertama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Utami Puspitasari, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal. *Business Management Analysis Journal*, 2 (1), 68–77.
- Wijaya, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*.
- Yanti, N. D., & Darwanto. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5 (01), 1–22.