

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Mundir, Muhammad Nizar, Ajeng Rima Mustaqimah, & Faujiah, A. (2021). (n.d.). *ENGARUH 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*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47077/ekosiana.v8i2.184> (ok)
- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56.
- Bula, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 329–334.  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>
- Cahyani, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). PERAN LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AI-CHA ICE CREAM & TEA SUMMARECON BEKASI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2258–2273.  
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.747>

- Desa, M., Serai, P., & Perspektif, L. (2022). NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Perpajakan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Iltiham, M. F. (2020). *Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar H* 311-326 311. 11, 311–326.
- Ismaulina, I. (2020). Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 185–197. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23736>
- Kasman, Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2(9), 2274–2293.
- Lamuna, P., & Bone, K. (2019). *Jurnal organisasi dan manajemen*. 1(1).
- Mariam, A., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik ( Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis ). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 2627–2633.
- Muthia Rizkitri Aulia. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Kosmetik Halal Pada Mahasiswa di Jakarta. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 141–157. <https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1347>
- 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*, 5, 290–295.

Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>

Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022a). Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen : Analisis Labelisasi Halal terhadap Kualitas Produk ( Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi ). *Jurnal Ilmu Multidisplin (JIM)*, 1(3), 554–570.

Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022b). *PENGARUH LABELISASI HALAL , KUALITAS PRODUK , DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( LITERATUTE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN )*. 3(2), 660–669.

Pratama, S. A., & Nurcahya, Y. A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Konsumen Muslim Di Magelang. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 141–150. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4847>

Prinia, D., Rizki Ibnu Fatih, M., & Deriefca Rahmawati, N. (2022). Litterrature Review Word of Mouth Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 225–239. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.868>

Puspa, CM, 2020. (n.d.). *kualitas produk makanan terhadap minat beli melalui keputusan pembelian signifikan - Penelusuran Google*.

Puspita, C. M., Budiatmo, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.).

*Pendahuluan Kerangka Teori. IX(Iii), 268–275.*

- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, N. I. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek Dua Putri Pada Masyarakat Muslim Kota Jambi*. 1(2), 1031–1042.
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Ratnasari, R., & Nurina, T. (2023). *Daya Tarik Kemasan , Peran Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar*. 8(1), 272–276.
- Rizky, A., Ekonom, K., Belajar, P., & Setiawati, D. (n.d.). *No Title*.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). *Peran Ingredients , Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort*. 1(3), 141–153.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido KangenPekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada

- Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Shabrina, S. A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.). *Pendahuluan. IX(Iv)*, 475–482.
- Sucofind. (n.d.). *Manfaat Sertifikasi Halal dan Cara Mendapatkannya*. Manfaat Sertifikasi Halal Dan Cara Mendapatkannya. <https://www.sucofindo.co.id/artikel-1/manfaat-sertifikasi-halal-dan-cara-mendapatkannya/#:~:text=Seperti yang sudah sering disebutkan,konsumen dapat mempercayai jaminan tersebut.>
- Suparyanto, & Rosad. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji Kfc Giant Metropolitan City Pekanbaru. In *Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5, Issue 3)*.
- Ul Maknunah, L., & Dwi Apriliyaningsih, R. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.945>
- Umayyah, R., & Zulfa, M. (2021). Peran Labelisasi Halal Dan Daya Tarik Iklan Dalam Membangun Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Pemediasi. *Ekobis*, 22(1), 45–58.

- Wibowo, D. E., & Mandusari, B. D. (n.d.). *PEMBELIAN OLEH KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK MAKANAN DI KOTA PEKALONGAN*. 73–77.
- Yanti, N. D., & Darwanto. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.1144>
- Zaini Miftach. (2018). *濟無No Title No Title No Title*. 53–54.
- Dovina Navanti, Panday, R., & Almira, S. (2022). Employer Branding and Social Media as an Attractive Job Seeker To e-Commerce Companies for Z Generation. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6(7), 141–150. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada ECommerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Sari, F. A. P. W., & Farida, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Umkm Kuningan Juwana Kabupaten Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 345–352. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28117>
- Surya, S., Gusriani, N., & Irianingsih, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Brand Loyalty Gojek Indonesia dengan Efek Mediator Menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling



(PLSSEM). Jurnal Matematika Integratif. p-ISSN:1412-6184, e-ISSN:2549-903 Vol. 16, No.2(2020), Pp.127-137. Doi:10.24198/Jmi.V16.N2.29248.127-137, 16(2), 127. <https://doi.org/10.24198/jmi.v16.n2.29248.127-137>

Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi P-ISSN: 1410 ± 9875 Vol. 22, No. 1, Juni 2020, Hlm. 13-24 EISSN: 2656 ± 9124 Akreditasi Sinta3 SK No. 23/E/KPT/2019 <Http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/JBA>, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>  
<https://bpjph.halal.go.id/>

