

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2. Retrieved from <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777/577>
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213/160>
- Ashal, A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Bulan, T., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*.
- Desmayonda, A. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12. Retrieved from <https://www.journal.stienas-yph.ac.id/index.php/jdeb/article/view/183/201>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Retrieved from www.imamghozali.com
- Gunawan, A., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Hayet. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). *Jurnal Ekonomi Islam*, 10. Retrieved from <https://journal.islamicomic.or.id/index.php/ije/article/view/119/82>
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label pada Kemasan Produk dan Pajak pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. Retrieved from https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi/article/view/2296/1769
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil

Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pendidikan IPS Ekonomi*. Retrieved from <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/society/article/download/1462/742>

Katrin, I., Setyorini, H. ., & Masharyono. (2016). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung*. 3. Retrieved from file:///C:/Users/USER/Downloads/3626-6853-1-SM.pdf

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; A. Maulana & Y. S. Hayati, Eds.). Ciracas: Erlangga.

Naninncova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*.

Pratita, B., Pratiko, H., & Sutrisno, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*. Retrieved from <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/10809>

Rafita, H. Z. (2017). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung* (UIN Raden Intan Lampung). Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/2152/1/SKRIPSI.pdf>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (2nd ed.; Sutopo, Ed.). Yogyakarta: Alfabeta Bandung.

Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*.

Wibowo, D. E., & Mandusari, B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>