

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., & Saujana. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)*, 1(2), 169–178.
- Akhyar, K. F., & Pramesti, D. A. (2019). Pengaruh religiusitas dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian (studi empiris pada japanese food restaurant di Magelang). *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 13(2), 617.
- Al-Bara, I-B., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Merk dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Anwar, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Arviana, P. (2020). *Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daging Olahan (Studi pada Konsumen Muslim Nadia Food Supplies Makassar)*. 21. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/18187/>
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister ...*, 4, 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Azis, F. A. (2020). Pengaruh Label halal MUI dan Harga terhadap Keputusan

Pembelian Produk dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk di Alfamart oleh Masyarakat Kota Ungaran). In *Economic of Studies* (Vol. 1, Issue 1).

Azwar. (1997). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.

Bachdar, F. N. (2020). *PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM DI JUMBO PASAR SWALAYAN KOTA MANADO*.

Basrah, H. (2014). *Metode Pengumpulan Data*. CV Permata.

BPJH. (2019). *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementrian Agama RI*. <http://www.halal.go.id/>

BPS. (2021). *BPS: 270,20 juta Penduduk Indonesia Hasil SP2020*. <https://www.bps.go.id/news/2021/01/21/405/bps--270-20-juta-penduduk-indonesia-hasil-sp2020.html>

Bulan, T., & Fazrin, K. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.

Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–95.

Dessy Trimulyani. (2020). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah Di Kecamatan Tembilahan*.

Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>

Fauziah, S. (2017). *Ini alasan makanan Jepang digemari oleh masyarakat Indonesia*. Brilio.Net. <https://www.briliofood.net/foodpedia/ini-alasan->

makanan-jepang-digemari-oleh-masyarakat-indonesia-1709283.html

- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Ghozali. (2013). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 255.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* (Edisi Keli). Badan Penerbit Universitas Diponegoro (BPUD).
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat (Edisi 1)*. BPFE.
- Harahap, R. S. P. (2020). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 354. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8447>
- Hasan, M. I. (2002). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistika*. Aksara.
- Hikmawati. (2019). *PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO CAKE DAN BAKERY CHOCOLICIOUS DI KOTA MAKASSAR SKRIPSI*.
- Ilham, M., & Firdaus, F. (2020). Islamic Branding Dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang. *Perada*, 3(1), 29–48. <https://doi.org/10.35961/perada.v3i1.56>
- Imamuddin, M. (2018). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 1(1).
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E.

- L., & Hernández. (2020). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan ringan. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/in-sights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>
- Isa, M., Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.123>
- Kasmadi, S., & Nia, S. (2013). *Panduan modern penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Marugame Udon. (2017). <https://www.marugameudon.co.id/about-us>
- Marzuki, W. W., & Triyono, T. (2021). PENGARUH RELIGIUSITAS, SERTIFIKASI HALAL, DAN BAHAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2).
- Matsuki. (2020). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Kemenag.Go.Id. <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120.
- Napitasari, A. (2018). Analisis Minat Beli Konsumen Pada restoran Bersertifikat Halal Mui. *Universitas Negeri Yogyakarta, 2018*.

- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, 13(79), 79–87. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.487>
- No, P. P. (69 C.E.). *Tahun 1999 Tentang Label Halal Dan Iklan Pangan*.
- Novianti, Andriani, D., & Veronika, R. (2021). Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Pada Enam Restoran Jepang Di Kota Makassar). *Hospitality and Gastronomy Research Journal*, 3(2), 114–115.
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). HUBUNGAN RELIGIUSITAS DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NON MAKANAN DAN MINUMAN. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 13–25. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p13-25>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Mediakom.
- Rahayu, T., & Sunarto. (2022). Uji Kompetensi Siswa: Kompetensi guru produktif, prestasi prakerin dan intensitas les apakah memeberi kontribusi? *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 10(2), 141–148.
- Ramatyah. (2019). *ANALISIS TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEL JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)*.
- Risna, R., Hamid, R. S., & Salju, S. (2020). Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 82–100. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.258>

- Rotinsulu, J. J., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (n.d.). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA HOLLAND BAKERY MANADO INFLUENCE FACTORS ON CONSUMER BEHAVIOR BUYING DECISIONS PRODUCTS AT PENDAHULUAN Latar Belakang*. 5(2), 245–255.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- 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>
- Sarjono & Julianti. (2011). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Sarjono, H., & Juliyanita, W. (2013). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat.
- Simbolon, F. P. (2019). The Impact of Halal Label, Price, And Brand on the Purchase Decision of Bakso Wagyu in Kota Wisata Cibubur. *The Winners*, 20(2), 111. <https://doi.org/10.21512/tw.v20i2.5891>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi: Mixes Methods*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2012). *Statistika Untuk Penulisan*. Graha Ilmu.

Suyonto, D. (2010). *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*. Graha Ilmu.

