

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI), 18210047*, 1–12.
- Prof. Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cv. Alfabeta, cetakan ke-19. Oktober 2013. Hal-8
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Jurnal bisnis terapan. *Jurnal Bisnis, 37–46*.
- Wijayanti, R. (2018). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal , Metode Istinbath dan Ijtihad dalam menetapkan Hukum Produk Halal Pendahuluan Sumber pokok hukum Islam adalah Al-Quran dan As-Sunnah . hukum yang mengatur semua tindak tanduk manusia , baik perkataan dan ka. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din, 20(2)*, 241–268.
- Utami, I. wahyu. (2017). *Perilaku Konsumen* (Tim (ed.)). CV. Pustaka Bengawan
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi linier berganda*. Hal-18. (Di akses pada : <https://simdos.unud.ac.id/uploud/file-pendidikan-1-dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf>)

Jurnal :

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal, 2(4)*, 224–231. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Afifah, F. N. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Makanan Kemasan Lokal (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim di Kecamatan Gonokuduman Kota Yogyakarta). *Ekonomi*, 126.
- Alberto, K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa, 4(4)*, 634–644. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1677>
- Amilia, Suri, m. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1)*, 660–669.

- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
<https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Apriyono, A., Taman, A., Ekonomi, F., Negeri, U., & Indonesia, B. E. (2013). *ANALISIS OVERREACTION PADA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE A . PENDAHULUAN 1 . Latar Belakang Masalah Berbagai penelitian dalam bidang pasar modal dan mengenai perilaku keuangan (behavioral finance) menyatakan bahwa t. II, 76–96.*
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020 The Best Model for Multicollinearity Test to Analyze Rice Production's Factors in Blora Regency on 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Azizah, L. N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kiringan. *Media Mahardhika*, 19(1), 102–107.
<https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.201>
- Darma, D. C., Pusriadi, T., & Hakim, yundi P. (2018). Seminar Nasional dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi dan Perbankan. *Analisis Faktor Audit Mutu Internal Iso*, 664, 2015.
- Firdausa, R. A. (2012). PENGARUH MODAL AWAL , LAMA USAHA DAN JAM KERJA TERHADAP PENDAPATAN. *Skripsi*.
- Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 182.
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Journal EMBA*, 1(27), 273–283.
<https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI)*, 18210047, 1–12.
- Juwita, N., & Hermawan, H. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Di Pasar Induk Wonosobo.

Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE), 2(1), 106–112.
<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1463>

Khalimy, A. (2018). Pelaksanaan Sertifikasi Halal Supplier Ikm Di Pasar Kue Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon Jawa Barat. *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah*, 5(2).
<https://doi.org/10.21107/ete.v5i2.4582>

Kusharyadi, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Label Halal Islam terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang*. 130.
<http://repository.uinbanten.ac.id/3924/1/SKRIPSI-131401333-FAJAR-ARI-KUSHARYADI.pdf>

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.

Mundir. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 145.

Pratama, A., & Yuliadi, E. T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Plastik PT. Aneka Cerah Abadi. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1716%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/1716/1057>

Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Jurnal bisnis terapan. *Jurnal Bisnis*, 37–46.

Purwanto, H., Widayat, W., & Kaukab, E. (2021). Investigasi Empiris Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional. *Jurnal Stie Semarang ...*, 13(June), 55–67. https://www.researchgate.net/profile/M-Kaukab/publication/352737155_Investigasi_Empiris_Minat_Beli_Konsumen_di_Pasar_Tradisional/links/60d5a1a4299bf1ea9ebb91e9/Investigasi-Empiris-Minat-Beli-Konsumen-di-Pasar-Tradisional.pdf

Putri, D. C., & Sunaryanto, L. T. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampong Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 579.
<https://doi.org/10.25157/jimag.v7i3.3781>

Rain, T. F. (2022). *Pengaruh Diskon, E-Wallet dan Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumen Pada Generasi Millennial*.

Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43.

Sarasi, V., Helmi, A., & Burhanudin, A. F. (2023). Analisis Pengaruh

Labelisasi Halal, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Pembelian Mie Instan Impor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 105–115.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885>
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885>

Sartika, D. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK YOU C 1000 SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. 2(1), 10–21.

Setiawan, & Prihatino, P. E. (2020). *Analisi Pengaruh Perubahan Harga Komoditas Kopi dan Perubahan Valuta Asing Terhadap Retrun Saham Perusahaan kopi yang GO Public Pada Tahun 2014-2019*. 20–26.
repository.unika.ac.id/23039/

Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.

Suryanti, E., susi Widjajani, S.E., M. S., & Budiyanto, S.E., M. S. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Pelanggan Alfamart di Kabupaten Purworejo). *Manajemen*, 1–15.

Syafrida. (2014). Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuan Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Hukum*, 07(2), 160–174.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>

Syahidin, Marsam, Sudirman, A., Juliansyah, R., Pinem, D., Rianti, T. S. M., Yusuf, M., Harahap, R. S. P., Yuningsih, E., Ariyanto, A., Nugroho, H., Widjiantoro, S. T., & Bakti., R. (2022). Pengantar Ekonom Mikro. In M. . Dr. Drs. Mukhtadi (Ed.), *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 135, Issue 4).

Syahputra, R. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 36–45.
<https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.201>

Tampubolon, K., Doktor, P., Pertanian, I., Studi, P., Tataniaga, P., Kunci, K., Hujan, C., Hujan, H., & Medan, K. (2017). (*Hari Hujan*) (*Produksi Pertanian*). 5(1), 35–41.

Utami, I. wahyu. (2017). *Perilaku Konsumen* (Tim (ed.)). CV. Pustaka Bengawan.

Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. sitohang. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Benpadang Sidoarjo. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–19.

Wijayanti, A., Wijayanti, A., & Samrotun, Y. C. (2016). *Pengaruh Karakteristik perusahaan, GCG dan CSR Terhadap Penghindaran Pajak*. 2337– 4349, 541–548.

Wijayanti, R. (2018). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal , Metode Istinbath dan Ijtihad dalam menetapkan Hukum Produk Halal Pendahuluan Sumber pokok hukum Islam adalah Al-Quran dan As-Sunnah . hukum yang mengatur semua tindak tanduk manusia , baik perkataan dan ka. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 20(2), 241–268.

Yuliara, I. M. (2016). *Regresi linier berganda*. 18.
<https://simdos.unud.ac.id/uploads/file-pendidikan-1-dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf>

Skripsi

Rain, T. F. (2022). *Pengaruh Diskon, E-Wallet dan Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumen Pada Generasi Millennial*.

