

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., & Djuwita, D. (2019). Analisis pemanfaatan social media marketing terhadap customer loyalty yang menggunakan brand trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445-455.
- Daulay, Laila Isnaini Aprilla, And Ahmad Kholil. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABELISASI HALAL, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BROWNIES AMANDA: Studi Kasus Konsumen Muslim Kota Medan." *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 3.1* (2022): 663-673.
- Faoziah, Sisma. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Diss. Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati, 2020
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.
- Ma'sumah, E. N., & Layaman, L. (2019). Pengaruh Implementasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 Terhadap Kepuasan Peserta (Pelanggan) Dengan Mediasi Kualitas Layanan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 69-78.
- Maula, F. H. (2022). Pengaruh Label Halal Awareness, Gaya Hidup, Brand Ambassador dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Preferensi sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Lumajang (Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember).
- Paramita, Ayu, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3.2 (2022): 660-669.

- Puspita, Cindy Mega, and Agung Budiarmo. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9.3 (2020): 268-275.
- Prastiwi, Yuanita Nur. "Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sariayu Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating." (2018).
- Rifqi, M., Ngatno, N., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Repurchase Motor Honda Tipe Matik dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Motor Matik di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 685-693
- Setyawati, Harini Abrilia. "Pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel intervening." *Accounting and Management Journal* 5.1 (2021): 39-46.
- Utami, Annisa Jati. Pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan samyang dengan minat beli sebagai variabel intervening: Studi pada mahasiswa UIN, UB dan UMM. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 202
- Wadud, A. M. A., & Husen, S. (2023, September). The Impact of Tourism Sector on Regional Revenue Through Taxes As Intervening Variable. In *Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf* (Vol. 1, pp. 531-550).
- Wadud, A. M. A., & Layaman. (2023). The Impact of Islamic Branding on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. In *Islamic Sustainable Finance, Law and Innovation: Opportunities and Challenges* (pp. 95-104). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Wardatul, Jannah. Pengaruh Label Halal, Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Mie Samyang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Muslim di Universitas Jember dan Universitas Islam Negeri

Kiai Achmad Siddiq Jember. Diss. Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, 2023

Putri, F. Y. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Dalam Menciptakan Minat Pembelian Ulang Produk Kecantikan Scarlett Whitening Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan di Kota Makassar= The Influence of Social Media and Product Quality in Creating Repurchase Interest in Scarlett Whitening Beauty Products Through Intervening Variables of Customer Satisfaction in Makassar City (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Putri, N. A. PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION DI RESTORAN SHABU HACHI (Bachelor's thesis, FEB UIN JAKARTA).

Maf'idayu, N., & Vania, A. (2022). Service quality terhadap repurchase intention di mediasi oleh customer satisfaction. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 54-62.

Soleha, I., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Zoya Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 6(02).

https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/250347/File_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.pdf

<https://www.google.com/search?q=About+http://repository.stei.ac.id/6544/2/BAB%25202.pdf&tbm=ilp&sa=X&ved=2ahUKEwibwfTXgZOEAxXzqGMGHYcnCrvQv5AHegQIABAC>

<https://www.google.com/search?q=About+http://repository.stiedewantara.ac.id/1176/4/bab%25202.pdf&tbm=ilp&sa=X&ved=2ahUKEwiIkti2gpOEAxURo2MGHRNtBncQv5AHegQIABAC>