

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran (S. Mahdi. Cv. Alfabeta.
- Adela, G., & Tecoalu, M. (2017). Pengaruh Pemasaran Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Citra Merek pada Produk Nike. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 143.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Amilia, S. (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.
- Andhika, M. F. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson U-Town Bintaro*. 1(1), 514–523.
- Ankin Nadella, A., & Khasanah, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Dompot Digital, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Daring Makanan Impor Di Lokapasar Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 1–18.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks. *Jurnal Sosial Ekonomi sPertanian*, 16(3), 239–256.
- 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.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19.

<https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>

- Dafitri. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek, Cita Rasa, Lokasi dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan di Yogyakarta. In *Skripsi* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–115).
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple*. 4(10), 3228–3255.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111.
<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
<https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>

- Fariana, A., & Fikri, A. L. R. (2022). Antara Label Halal Dengan Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Tafaqquh*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.70032/qbav1279>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hikmah, M. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ayam Di Indomaret Se-Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Repository*. [http://repository.uin-suska.ac.id/59696/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/59696/2/SKRIPSI MAMLUATUL HIKMAH.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/59696/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/59696/2/SKRIPSI%20MAMLUATUL%20HIKMAH.pdf)
- Ian Alfian, M. M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Imantoro, F. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Brawijaya*, 23. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/165358/>
- IMRON, H. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap)*. 12(01), 816–827.
- Indah Wahyuningsih. (2018). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia : Pendekatan Theory of. *OF ECONOMICS And Business Aseanomics*, 3(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh harga, cita rasa, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kue pia fatimah azzahra di

kecamatan tanjung tiram. *Economics*.

Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 6(1), 35-49. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 16(1), 35–49.

Jamal Andi, & Busman Sherwin A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i>

Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(03), 41.

Lionarto, L., Tecolu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 527–545. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3709>

Muhammad, A. A. (2018). Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, Promosi, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Jakarta. In *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume*.

Musa, M. I. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makasar. *Jurnal Economix*, 5(i), 52–63.

Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023).

- Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ramadhan, M. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cake And Bakery di Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan). *Tesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–202. [http://repository.uinsu.ac.id/6202/1/Tesis Muhammad Ridwan.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/6202/1/Tesis%20Muhammad%20Ridwan.pdf)
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print), 16(02)*, 108–122.
- Suhardini, I. R. (2020). Faktor Latar Belakang Dan Kecenderungan Kaum Muda Surabaya Dalam Memilih Makanan Jepang: Studi Pada Restoran Marugame Udon Dan Yoshinoya (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA). *American Space/American Place: Geographies of the Contemporary United States*, 2–3. <https://doi.org/10.4324/9781315541396-19>
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *Dijemss*, 1(6), 947–967. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>

- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43-56., 2(3), 43–56.
- Yani, E. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Omah Coklat*. 117.
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(2), 228–240. <https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i2.7381>



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON