

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Isthika, W., & Sartika, M. (2017). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 1(3), v1i3-1365.
- Agustin, E. *Pengaruh label halal, harga, brand ambassador dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan korea Di Kabupaten Bogor* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Al-Bara & Nasution, Rahmayanti. (2018). *Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan*. *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(2) , 227-248.
- Alfiah, A., & Muflikha, N. R. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 54-68.
- Alfian, Ian dan Muslim Marpaung. (2017). *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan* : Jurnal At-Tawasuth. Volume 2 (1) : 122-145
- Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Andi. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Amaliya, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Ar Rafi pada Distributor Hijab Ar Rafi di Pucakwangi Pati* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Aminuddin. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)". *Riset Akuntansi Multiparadigma*. Vol. 5, No. 2, September 2018. Jurnal. Medan : Universitas Islam Sumatera Utara.
- Anggraini, D. S. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi). Doctoral dissertation, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Anissa, A. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Instan Merek Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).

- Atiah, I. N., & Fatoni, A. (2019). Sistem Jaminan Halal: Studi Komparatif Indonesia dan Malaysia. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(2), 37-50.
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah cabang Ulak Karang kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Berfikir, K., Kuantitatif, P., Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.
- Cahyani, G., & Zulvia, D. (2019). Pengaruh etika audit dan fee audit terhadap kualitas audit di Kantor Akuntan Publik (KAP) Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(1).
- Duwi Priyatno. (2016). *Spss Hand Book Analisis Data, Olahan Data, & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: Mediakom.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41-55.
- Febriyani, I. (2018) *Pengaruh Label Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Ulil AlAbsar*, hal. 75383.
- Feriandy, F., Wahyu, E. R., Nugraha, A., & Nurry, G. R. (2023). Pengaruh Pemberian Reward Terhadap Mutu Pelayanan Pada Kantor Pusat Bank BNI di Jakarta Pusat. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 125-134.
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh citra merek dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang). *Jurnal Manajerial*, 8(3), 1-17.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. A., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang*. xii
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.

- Hayati, F. N., Setiawati, B., & Sumarni, I. (2021). Pegaaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pulsa Pada Pelanggan No-Kios Cell Kabupaten Tabalong. *Japb*, 4(1), 416-425.
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan.
- Ilmia, A., Hasan Ridwan, A., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (2023). Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. In *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 4, Issue 2).
- Indika, D., & Lainufar, S. (2016). Eksplorasi sikap konsumen terhadap kosmetik halal (studi kasus: wardah). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 13(1), 55-64.
- Karimah, I. (2015). Perubahan kewenangan lembaga-lembaga yang berwenang dalam proses sertifikasi halal. *Jurnal Syariah*, 3, 108.
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1-14.
- Kompas.com, 2017. MUI Terbitkan Sertifikasi Halal Mi Samyang, <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/11/13/21115791/muiterbitkan-sertifikasi-halal-mi-samyang>(Online 08 April 2018).
- Krismayanti, D., Klarasati, R., & Sutabri, T. (2023). Penggunaan Teknologi 5G Untuk Mendukung Manajemen Pelayanan Pelanggan Telkomsel Menggunakan ITIL V3 Pada Telkomsel Palembang. *Jurnal Restikom: Riset Teknik Informatika Dan Komputer*, 5(1), 55-63.
- Kumparan Bisnis, “Mengenal Samyang Foods, Produsen Mie Samyang Asal Korea Selatan” diakses pada 22 Agustus 2021. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/mengenal-samyang-foods-produsenmi-samyang-asal-korea-selatan>
- Kurniatama, I. (2021). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Product Design Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Specs* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh brand image dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn.

- Murdiyanti, S. (2022). Pengaruh pencantuman label halal pada kemasan Mie Samyang terhadap minat pembelian Mahasiswa muslim Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Nasution, R. A. (2020). *Analisis Persepsi Pedagang Pada Penggunaan Qris Sebagai Alat Transaksi Umkm Di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Nuridin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 111-122.
- Oktaviani, D. N. (2024). *Jasa Registrasi Imei (International Mobile Equipment Identity) Iphone Ex Inter Dengan Data Manipulatif Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Bojonegoro* (Doctoral dissertation, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri).
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144-163.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 14(1), 16–23.
- Purwanto, F. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 152-164.
- Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan siswa memilih sekolah menengah kejuruan swasta di surabaya. *Kinerja*, 16(1), 22-33.
- Saleh, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 8(1), 139-157.

- 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.
- Sari, Y. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik* (Survey Pada Pengguna Kosmetik Di Kota Jambi).
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Sipayung, T., & Syahreza, B. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 1-14.
- Sri, H., & Poernomo, L. (2020). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Kemasan Yang Beredar Di Kota Makassar.
- Suara.com, 2017. Samyang Green, Mie Samyang Halal di Indonesia, <https://www.suara.com/lifestyle/2017/11/09/184020/samyang-green-mie-samyang-halal-di->
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Ekobis Syariaah*, 2(1), 44-50.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Syaparuddin. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam Perilaku Konsumen Muslim* (Jumriani (ed.)). Trust Media Publishing.
- Toyo, M. (2019). Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 69-83.
- Wahyudi, I. Y. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada UD Tirta Jaya Usaha* (Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara).

- Wibowo, D. E., & Manduasari, D. B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesian Journal of Halal*, 73-80.
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Windiana, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Study Kasus pada Mahasiswa Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang).
- Wirawan, A. A., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone.
- Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 2, Issue 1).
- Zulham. (2018). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta Timur : Kencana.