

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Aditya, T. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Afdhal, M. (2023). *Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Lumpia Muslim di Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2).
- Al Idrus, S., & MM, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Albahi, M. (2023). *Analisis Intellect Capital dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Variabel Kinerja Keuangan pada Emiten Syariah di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Anggita, A. D. (2024). *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Religiusitas terhadap Niat Beli dengan Mediasi Kepercayaan pada Produk Kosmetik Halal* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Azkiya, A., & Azizah, S. (2023). Sertifikasi Halal Daging Sapi Potong Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Muslim di Pasar Rawa Indah Kota Bontang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(3), 1046-1063.
- Cahyati, D. N. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen produk Buccheri di Kota*

- Kediri* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Camelia, I., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal Pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1474-1484.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- DinarStandard. (2023). State of the Global Islamic Economy Report 2023
- Edwina, D. E. (2020). *Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung)* (Doctoral dissertation, Univesitas Komputer Indonesia).
- Fatimah, C., Surawan, S., & Wahdah, N. (2022). Implikasi Sertifikat Halal Produk dalam Sakralisasi Agama di Indonesia. *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 4(2), 97-108.
- Fauzia, D. R. S., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 37-46.
- Ferawati, R. (2018). Pengaruh brand image terhadap kesediaan konsumen membayar harga premium produk pizza hut (studi kasus konsumen pizza hut di Yogyakarta).
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Global Islamic Economy Report (GIEI). (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*.
- Hakim, L. (2019). *Alisis Komparatif keputusan pembelian produk di Kabupaten Mandailing Natal* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

- Hasan, K. S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- Hasmi, Z. P. (2022). Perilaku Halal Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *KarismaPro*, 13(2), 99-106.
- Herianti, H., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 56-64.
- Ibnunas, B. G. (2020). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada CNI Street Food di Jakarta Barat)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Intani, A. P. (2022). Pengaruh Kepercayaan Religius Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Bakpia Kurnia Sari: Dengan Mediator Kesadaran Halal.
- Irin, P. (2023). *Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Minat Membeli Pada Produk Kecantikan Jafra (Studi Kasus pada Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Jaya, I. M. L. M. (2019). Realita kesadaran pajak di kalangan generasi muda (mahasiswa) Yogyakarta dan Surabaya. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 4(2), 161-183.
- Khoeru Amalia, L. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli pada Ai-CHA di Ciledug. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Khoerunnisa, A., & Awan, H. M. (2015). Pengaruh Logo Halal terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 123–135.
- Kusumaningtyas, M., & Ari Prasetyo, S. E. (2022). *Serial Pemasaran Islam: Pariwisata Halal*. Zifatama Jawara.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185-196.

- Lisatun Nafi'ah. (2020). Pengaruh Label Halal, Iklan, dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk PT. Mayora Indah Tbk.
- Maksum, A., Widyaningtyas, D. P., & Maranata, B. H. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram, Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 745-754.
- Markonah, M. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Jakarta. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 157-166.
- Maulani, N. (2023). *Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Milennial Pada Produk Skincare Somethinc Di Sampang* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: theoretical review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8-17.
- Nafisyah, U. (2024). *Peran Perceived Value dan Perceived Trust untuk Mengoptimalkan Repeat Purchase Intention Berbasis Mean-End Chain Theory pada Generasi Y dan Z* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Nida Rohadatul Anisa. (2021). Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2138–2146.
- Nurmayantri, I. (2023). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Cosmetic Wardah melalui Attitude Terhadap Produk Halal dan Kepercayaan sebagai Mediasi (Studi kasus: Mahasiswa/I Perguruan Tinggi di DI Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Oktaviani, L., & Sutopo, S. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie*

- Instan Supermi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie Di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Pambudi, B. G. (2018). Pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap minat beli produk mie instan (studi pada pemuda muslim bandarlampung).
- Pradipta, A. A. (2023). *Pengaruh Keterikatan Emosional dan Cinta Merek terhadap Loyalitas Pengguna Iphone* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Prilica, R. R. T., & Patrikha, F. D. (2024). Analisis Perilaku Pembeli Pada Aplikasi Pembelian Makanan Secara Online di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 754-769.
- Pudyaningtyas, E., Amrullah, A. A., Su'eb, M., & Chasanah, U. (2024). Analisis Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Pada Bisnis Ritel Syariah Di Sakinah Mart Joyoboyo Medaeng Sidoarjo. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 473-491.
- Putri M, A. U. (2023). *Analisis Pengaruh Labelisasi, Legalisasi, Sertifikasi Halal, Pendapatan Konsumen dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Rante Pao Toraja Utara Sulawesi Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Qaidah, S. V. N. (2024). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kembali Kosmetik Halal dari Konsumen Perspektif Mahasiswa Muslim di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam–Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274-284.
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 53-64.
- Sahiluddin, A., Arifin, R., & Hendrianto, H. (2024). *Analisis Respon Pelaku UMKM Terhadap Implementasi PP No. 39 Tahun 2021 Tentang*

- Kewajiban Sertifikat Halal Di Kabupaten Kepahiang* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Saputri, D. F. (2016). *Dampak Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang: Efek Mediasi Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek*.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98-112.
- Wulandari, D. E. (2022). *Pengaruh Label Halal, Religiusitas dan Sikap Produsen Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lumajang* (Doctoral dissertation, Tesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember).
- Zikri, M. A. (2023). *Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Konsumen*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

