

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, F., & Zahra, I. A. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Frozen Food Ciomy. Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., & lainnya. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*.
- Aminah, L., & Nurhayati, D. (2022). Inovasi Produk dan Daya Saing Industri Makanan di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 145–158.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2021). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>.
- Aziz, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.
- Azmiatun, S., & Haryanti, I. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Banana Pop Kota Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(2), 201–210.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). Laporan Tahunan Sertifikasi Halal Nasional 2023. Kementerian Agama RI.
- Bahalwan, F., & Indayani, L. (2022). *The Effect of Product Innovation, Brand Image, and Utilization of E-Commerce on Consumer Purchase Decisions. Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17.
- Bulan, T. P. L. (2021). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 431-439. Bell, M.

- Dr. Mahyani. (2022). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4, 13–23
- Elizabeth, Pradiptha, A. P., Setiono, D., Putra, D. P., & Putra, R. W. (2024). Pengaruh komunikasi pemasaran, kualitas produk, dan label halal terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(3), 2548–2560. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.979>
- Grecia, R. E., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 712-720. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19765>
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144-1149.
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
- Hestanto. (2021). Keputusan Pembelian. Retrieved from Manajemen Bisnis: Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi. 13. Jakarta: Erlangga Pearson.
- Hidayat, R., & Zulfikar, A. (2021). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(1), 23–34.
- Hikmah, J. W., & Fahrullah. (2024). Pengaruh label halal, harga, dan lifestyle terhadap keputusan pembelian Chatime di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(1), 140–157. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n1.p140-157>
- Hikmatiar, M. Q., & Zaerofo, A. (2024). Pengaruh label halal, online promotion dan online customer review terhadap keputusan pembelian. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2). <https://doi.org/10.30868/ad.v8i02.6945>
- Ima Frima Fatimah. (2021). Strategi Inovasi Kurikulum. *EduTeach : Jurnal Edukasi Dan Teknologi Pembelajaran*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/10.37859/eduteach.v2i1.2412>.

- Journal of Islamic Marketing. (2022). Halal Label and Consumer Purchase Intention in Indonesia's Processed Food Industry. Emerald Publishing.
- Khomilah, M. (2024). Pengaruh Promosi, Atribut Toko (Store Attributes), Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*.
- Kotler, P. & Amstrong, G., 2021. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., & Putra, D. (2024). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.37600/jeb.v8i2.23456>
- Kusuma, D., & Pratama, Y. (2021). Strategi Promosi Digital dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Konsumen. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 8(3), 67–79.
- L., 2021. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua, Cetakan Tiga Belas ed. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Laili, I. R., & Subkhan, M. (2024). Pengaruh inovasi dan promosi produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.38043/jiab.v9i2.6019>
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 739-748. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>.
- LPPOM MUI, 2021. LPPOM MUI Siap Menjalankan Amanat UU PJH. [Online] Available at: https://dev.dagor.in/halalmui_v2/main/detail/lppom-muisiap-menjalankan-amanat-uu-jph[Accessed 9 November 2021].
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2021). The effect of market orientation on product innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239–247. <https://doi.org/10.1177/0092070300282005>.
- Maison, D., Marchlewska, M., Zein, R. A., Syarifah, D., & Purba, H. (2021). Religiously permissible consumption: The influence of the halal label on product perceptions depending on the centrality of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 948–960. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2018-0119>.
- Monoarfa, H., Juliana, J., Setiawan, R., & Abu Karim, R. (2021). The influences of Islamic retail mix approach on purchase decisions. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0224>.

- Muhammad & Pelu, I. E. A., 2021. Label Halal. Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama. Malang: Madani.
- Mursid, M., 2021. Manajemen Pemasaran. 1 ed. Jakarta: Bumi Aksara
- Mustika, A., Hendradewi, S., & Ratnaningtyas, H. (2021). Halal Label: Is It Important In Determining Buying Interest?. JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi), 7(1): 1-10.
- Nasution, N. L (2022). Analisis Loyalitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Labuhanbatu. Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 6(2), 1-13. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.1>
- Nimawati, N., & Zaqiah, Q. Y. (2021). Proses Inovasi Kurikulum: Difusi dan Diseminasi Inovasi, Proses Keputusan Inovasi. MISYKAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah, 5(2), 81. <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n2.81-98>.
- Ningsih, T. F. A., & Ismail, H. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, promosi dan penilaian produk terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. <https://doi.org/10.31539/stzm3254>
- Nurina. (2022). Pengaruh inovasi produk, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian kuliner di Pasar Lama Tangerang. IKRAITH-EKONOMIKA, 5(3), 295–303.
- Octaviani, V., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toyota Yaris. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 10(S1).
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis) (Hartini (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis) (Hartini (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Putri, A., & Nugraha, B. (2023). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Label Halal pada Produk Makanan Olahan. Jurnal Pemasaran Syariah, 5(1), 22–36.
- Putri, N. U., & Ernawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi, 1(2).

- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/Exc.V7i2.793>
- Rahman, F., & Setiawan, T. (2022). Perubahan Pola Konsumsi Pasca Pandemi dan Peluang Industri Makanan Beku di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Industri Kreatif*, 7(1), 51–63.
- Ramadhan, F., Nugroho, A., & Setiawan, B. (2023). Strategi promosi digital dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://doi.org/10.26740/jim.v11n2.56789>
- Sanjaya, S. (2021). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Santoso, A., Wahdia, N. S., & Ma'ruf, M. H. (2021). *Halal Label: The Determinants of Purchase Decision*. *AMAR (Andalas Management Review)*, 5(2), 14–37.
- Saputri, D. A., & Arifin, Z. (2024). Pengaruh promosi digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i1.12345>
- Sari, D. N., & Feranita, N. V. (2022). Pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 3(2).
- Sastro Atmodjo, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (Marketing)* (R. R. Rerung (ed.)). Media Sains Indonesia. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). CV Alfabeta.
- Siregar, M., & Santoso, D. (2021). Tren Konsumsi Frozen Food di Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Konsumen*, 10(2), 89–98.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2024. “The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia”. *International Journal of Business, Economics and Law*, 1(4) (2024), 150-153.
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2021). The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 2017–2020.

- Suratmiyati, & Anggoro, Y. (2021). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *Management and Business Review*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629>.
- Suryana. 2023. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani, I. (2024). Analisis determinan keputusan pembelian: Kualitas produk, label halal, harga, dan inovasi dalam konteks HNI di Ungaran Timur. *Journal of Halal Industry Studies*, 3(1), 61–72. <https://doi.org/10.53088/jhis.v3i1.999>
- Taghavi, M. S., & Seyedsalehi, A. (2021). The effect of packaging and brand on children's and parents' purchasing decisions and the moderating role of pester power. *British Food Journal*, 117(8), 2017–2038. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2014-0260>.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.
- Tjiptono, F., 2021. *Strategi Pemasaran*, Edisi Empat. Yogyakarta: Andi
- Ulfah, M. ... Zaini, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAI Darussalam. *Scientific: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(3), 6.
- Wicaksana, W. R., Paramastri, B., & Ardyanfitri, H. (2021). Purchase intention produk frozen food berdasarkan perceived quality dan price fairness. *Jurnal MANOVA*, 4(1), 1-12.
- Widyaningrum, P. W., 2021. Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Diponegoro). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume VI, No.2, pp. 83-98.
- Yulianto, H., Sutomo, Y., Palupiningtyas, D., & Nugraheni, K. S. (2021). Investigating the role of interactive social media and halal brand equity on purchase decision-making: direct and indirect effects. *Measuring Business Excellence*, February. <https://doi.org/10.1108/MBE-02-2021-0025>.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472–481.

- Zahara, R., & Sembiring, N. (2021). Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224–231.
- Zebua, A. T., Pasaribu, J. P. K., & Naibaho, R. (2023). Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1372>
- Zulfarida, A. L., dkk. (2024). Pengaruh Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Frozen Food Mbak Bakul.
- BPJPH. (2023). Panduan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha. Jakarta: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Jakarta.
- Marta, M., & Sa'adati, N. (2022). Keputusan Pembelian Halal Food: Peran Pengetahuan Produk, Labelisasi Halal, dan *Religiusitas*. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(2), 93–104
- Utami, A. J., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37–49.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th Edition)*. Harlow: Pearson Education.
- Setianingsih, W. E. (2021). Penerapan Inovasi Produk, Promosi, dan Penggunaan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Masa Pandemi. *UMMagelang Conference Series*, 635–646.
- Tjiptono, F. (2022). Strategi Pemasaran (Edisi 5). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th Edition)*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th Edition)*. Harlow: Pearson Education