

DAFTAR PUSTAKA

- Alinda, R., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal, Dan Sikap Konsumen Untuk Kembali Membeli Produk Makanan Dan Minuman Kemasan. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 2(2), 153–168. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6298>
- Alinda, Riska, Adinugraha, & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*.
- Chalil, Z. F. (2019). *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2016). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2), 180–196.
- Fuadi, Andri Soemitra dan Zuhri M. Nawawi (2022) Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT. KITA*, 6(1), 118-125
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Iffathurjannah, M. I. (2021). *Pengaruh keamanan makanan, harga dan rasa terhadap keputusan pembelian*. 18(2), 235–246.
- Kemenag. (2016). *AL-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Lestari, L. A. (2021). *Pengaruh produk dan label halal terhadap keputusan membeli frozen food (studi pada fafana frozen kota bengkulu)*.
- Nurhayati, R., Hasanuddin, M., & Suryadi, D. (2022). *Pengaruh labelisasi halal, skualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie lemonilo*. 2(2), 15–29.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–12.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). *Pengaruh Keyakinan Religius , Peran Sertifikasi Halal , Paparan Informasi , dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal*. 8(1), 1–33.
- Priscillia, I. (2018). pengaruh produk dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Bakso Granat Mas Azis Palembang. *Energies*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.r>

euma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8

- Putri, T. L. H. terhadap K. P. S. di K. S. K. A. T., & Bulan, L. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. 5(1), 430–439.
- Siddiq, M. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Indomaret Desa Tulung Selapan Ulu Kecamatan Tulung Selapan Kabupaten Ogan Komering Ilir)*. 165–168.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta. *Metode Penelitian Bisnis*.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. BPFE.
- Syaparuddin. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)* (Vol. 5, Issue 3).
- Ulfah, M., Malihah, L., Muyasarah, Ii., & Zaini, A. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iai Darussalam*. 9(3), 1–7.
- Widyaningrum, P. W. (2016). *Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)*.
- Yul, D., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2019). *Strategi pemasaran siomay beku bakuku palu dalam mempengaruhi minat beli masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah*.