

DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, Aliyati, S., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi pada Riset Pemasaran*. PT Rajagrafindo Persada.
- Alimbudiono, Lia Sandra. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. CV. Jakad Media Publishing.
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan: Teori dan Praktik dalam Pendidikan*. CV. Widya Puspita.
- Andrian, Putra, christophorus I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Astuti, Y. ., Virga, R. ., Nusa, L., Mukti, R. ., F.Iqbal, & B.Setyo. (2018). *Muslim Milenial*. Rumah Digital.
- Brata, I. K. O. (2014). *panduan praktis ekspor impor* (cet. 1). Raih Asa Sukses.
- Bulan, T. P. . (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 430–445.
- Fatimah, S., & Hidayat, A. (2023). Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim): Satu Sorotan Literatur. *Journal of Shariah Law Research*, 7.
- Harumningrat, S., & Burha, D. (2023). Analisis Tingkat Literasi Label Halal Pengusaha UMKM Kerupuk di Desa Dakiring (Studi Kasus Desa Dakiring, Kecamatan Socah, Kabupaten *Kaffa: Journal of Sharia ...*, 2(1), 1–14.
- I, A. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. *Human Behavior and Emerging Technologies*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ira, S., Novitasari, D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7.

- itri Dewi Puspita Anggraini, D. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 1(4), 6494.
- Kemenag. (2022). *Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional I* (M. Khoeron (ed.)).
- Korowa, E. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 30.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-1). (Jakarta : Gramedia.
- Lestari, D. I. (2024). *Pengaruh Religiusitas, pengetahuan Produk Halal, dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Muslim Membeli Produk UMK Berlabel Halal*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation (7th ed.)*. Pearson Education.
- Meroekh, H. M. A. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang). *Journal Of Management*, 7(2), 188–189.
- Muh, E. A. (2016). *The power of good corporate governance : teori dan implementasi (edisi 2)*. Selemba Empat.
- Mulyati. (2019). Pengaruh Literasi Halal Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *UIN Sultanah Muhamadiyah Hasanuddin Banten*.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & M. Budiantara. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Gramasurya.
- Paramita, R. W. D., & Dkk. (2021). *metode penelitian kuantitatif buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen* (Widya Gama). Perguruan Tinggi Indonesia (Appti).
- Purusottama, A. (2021). Model Perilaku Keputusan Pembelian Produk Berbasis Agen: Fenomena

- Pengaruh Media Sosial. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(1), 309.
- Razak, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(2), 7–8.
- Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2017). analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh generasi milenial pada industri kuliner di kota tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(1), 18.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saleh, S., Zulkarnain, & 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*, 8(1), 139–157.
- Sari, A. M. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Shabastian, M., & Samuel, P. D. H. (2019). Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square”,. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)). Alfabeta, CV.
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hamzah, N. M. (2020). *Pengaruh faktor keluarga, Religiusitas dan KUALITAS produk terhadap keputusan nasabah memilih Bank Konvensional (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Darussalam)*. *Malia (Terakreditasi)*. 11(2), 221–240.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Andi Yogyakarta.
- V., B. K. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 605.
- Widhi Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.