

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Khalil, A. W., Fawa'id, M. W., & Hidayah, L. (2021). PENGARUH HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI ROTI NAF'A DI KECAMATAN KEPUNG KEDIRI. (The Influence of Price and Halal Labels on The Interest of Buying Naf'a Bread in Kepung Kediri). *Qawānīn: Journal of Economic Syaria Law*, 5(1), 67–82. <https://doi.org/10.30762/qawanin.v5i1.2760>
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Maharani, H. I. D., Supardi, S., & Pramadeka, K. (2024). Pengaruh Label Halal Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Toko Bakery. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 940–956. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3773>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Muslimah, A. N., Hamdani, I. H., & Irfani, F. (2018). Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor). *Jurnal Al Amwal*, 1(1), 41–57.
- Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 04(02), 22–28.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja rosda karya 2018), h. 150.
- Djoko Imbawani Atmadjaja, *Hukum Dagang Indonesia* (Malang: Setara Press, 2017)
- Ghina Kamilah, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, Nomor 2, Februari 2017, h. 6.
- Imsar, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan" (Laporan Penelitian, UIN-SU Medan, 2016), h. 15

- Imamudin (2017) “ pengaruh label halal dan religiusitas terhadap minat beli pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi” T.A
- Isnaini Harahap, Dkk, Hadis-Hadis Ekonomi, (Jakarta :Prenadamedia Group, 2018), h. 51
- Juliansyah Noor, Metodologo Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah,(Jakarta:Kencana, 2017) h. 97.
- Mahi M. Hikmat, Metode Penelitian, (Yogyakarta: Graha ilmu), h. 44.
- Mahi M. Hikmat Metode Penelitian (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), h.16
- Palupi Retno Ayu Diah (2018),” pengaruh label halal dan minat beli produk skincare dengan religiusitas sebagai variabel modersi.” UIN Raden Intan Lampung.
- Republik Indonesia, Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3 (Cet.Ketujuh; Jakarta: Sinar Grafika, 2016).
- Republik Indonesia, Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3 (Cet.Ketujuh; Jakarta: Sinar Grafika, 2016).
- Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (Bandung: Alfabeta 2015), h. 133.
- Susanti Era (2019). “ Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Mahasiswa Membeli Makanan Kemasaan (Sudi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).” UIN Ar- Raniry Banda Aceh