

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2020. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta : Penerbit Mitra Utama.
- A, Girindra. 2005. Pengukur Sejarah Sertifikat Halal. Jakarta: LPPOM MUI.
- Alfian&Marpuang. 2017. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan pembelian di Kota Medan," At- Tawassuth: jurnal ekonomi Islam 2, no.1.
- Akmal M. (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Konsumen di Indomaret Kelurahan Bugis)', SAMALEWA Jurnal Riset dan Kajian Manajemen, Vol. 1 No. 2, p 170-177.
- Algustin, Winna Rindang Matoati. 2020. "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z", Jurnal Bisnis dan Ekonomi 27, no.1.
- Alquran. 2013. Alquran dan Terjemahanya. Jakarta: Pustaka Al Mubiin.
- Anasrulloh, dan Hastuti Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung),"Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis 8, no.2.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Astuti, R., & Hakim, M. A., (2021). Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 1-10
- Azmi, Shofi Arbaatu (2023) Pengaruh Sertifikasi Halal, Moslem Brand Ambassador serta Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Tingkat Religiusitas Konsumen sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Konsumen Jilbab Zoya Salatiga).
- Bambang, sugeng Ariadi Subagyono dkk. 2019. Perlindungan Konsumen Muslim Atas Produk halal. Surabaya: CV.Jakad Media Publishing.
- Bava Budimansyah. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Influencer Marketing Dan

- Integrated Marketing Communication Erigo Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 99-106. <https://doi.org/10.62017/jimea.v1i2.469>
- Binjai, Abdul Halim Hasan. 2006. *Tafsir Al-Ahkam, Edisi 1 Cet 1*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2014. "Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmi-Ilmu Sosial Lainnya," Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Bowo, Charlie Bernando dan Arief. 2017. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 1, no.3.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Jakarta.
- Charity, May Lim. 2017. "Jaminan Produk Halal di indonesia". *Jurnal Legislasi Indonesia* 14, no.1.
- Diah Ayu Palupi. 2022. *Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Skincare Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Penelitian Pada Konsumen Produk Skincare Kota Bandar Lampung)*.
- Dwik, Risgita & Joko Samboro. "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Hokben (Hoka-Hoka Bento), *Jurnal Aplikasi Bisnis*, V.5 No.1, Juni 2019.
- Efendy, Asrizal dkk. 2018. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)," *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesi* 1.
- Effendi, Arif. 2020. "The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no.2.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ellyza, Safitri dkk. 2021. "Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Keragaman, Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik

- di Kalangan Mahasiswi Universitas Kuala".*"* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam 3, no.1
- Farichah, Sayyidati dan Ach. Yasin. 2024. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya". *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah*. 6(3).
- Ghozali, Imam. 2016. " Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 edisi 8,"Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2020. "25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akutansi, dan Bisnis",Semarang: Yoga Pratama.
- Gozali, Nasehudin Toto Syatori & Nanang. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Pustaka Setia.
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gouwendra, S. S., & Dr. Hermeindito, S.E., M.M., D. H. S. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Quality, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Tote Bag Rudoff. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(6), 718–727. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3804>
- Hapsari Distya Riski dkk. 2019. "Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor." *Jurnal Agroindustri Halal* 5, no.2.
- Hadist. n.d. "40:06." Sesungguhnya yang Halal itu Jelas dan yang Haram itu Jelas.
- Haroen, Rachmawaty. 2020. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan." *Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*.
- Hayati, R., Dahrani, D(2022), "Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Sova Kopi..SOSEK. Vol 3(2) Hal 60-69
- Hernama dkk. 2021."Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa".*UG Jurnal* 15, no.2.
- Hermawan, Sigit & Amirullah. 2016. *Metologi Penelitian Bisnis, Pendekatan*

Kuantitatif & Kualitatif. Malang: Media Nusa Creative.

Illah, F., Delima, I., & Hardiyanti, R. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 455-462. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11107494>

Imelda Gultom, & Alexander Samosir. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Evony Coffee Shop Siantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(1), 56–62. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.92>

Indah, Harun Al Rasyid dan Agus Tri. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan". *Jurnal Perspektif* 16, no.1.

Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Surabaya.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In Unitomo Press (p. 61).

[https://play.google.com/books/reader?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=GBS.PA76%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=kepuasan+pelanggan+adalah&hl=ban&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=kepuasanpelangg](https://play.google.com/books/reader?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=GBS.PA76%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=kepuasan+pelanggan+adalah&hl=ban&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=kepuasanpelangg)

JDIH BPK RI. 1999. "Peraturan Pemerintah (PP) tentang Label dan Iklan Pangan."

Juliandi, Azuar Irfan, dan Saprinan Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU, 2014.

Johanes, dan Semdan Rita. 2018. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Cafe dan Resto Cabang Manado." *Jurnal Ekonomi*.

Joshua Jason Mulyanto. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpiah Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(1), 180–187. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i1.1515>

Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Keller, Philip Kolther an Kevin Lane. 2008. *MarketingPemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid

Jakarta: Erlangga.

Kemenag RI, “Pembaharuan Logo Halal”, 13 Maret 2022, diakses pada tanggal 16 Juni 2022, <https://www.kemenag.go.id/read/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya-xmqvl>.

Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian. Penerbit NEM.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2016) ‘Dasar-Dasar Pemasaran’. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit. Prenhalindo, Jakarta.

Kurniawan, Kevin J., dkk. 2023. “Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue di Kota Malang.” *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*. 1(3).

Lestari, Lupi Ayu dkk. 2021. “Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (studi di Kota Bengkulu).” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial* 6, no.1.

Maison, D., Marchlewska, M., Zein, R. A., Syarifah, D., & Purba, H. (2019). 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>

Muizzudin dan Siti A. Kisty. 2020. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Islamic Village”. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*. 10(2), 137-151.

Muslimah, Anissa N., Fahmi Irfani et al. "Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor)." *Al Amwal*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 41-57.

Pradipta, D., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 (Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

- Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 34(1).
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
- Primadasari, Anggi dan Tri Sudarwanto. 2021. "Pengaruh *Brand Awareness*, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. 23(3).
- Radder, Letitia., and Wei Huang. 2018. High Involve- ment and Low Involvement Products A Comparison of Brand Awareness Among Student at A South African University. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 12 (2): 232 – 243.
- Razak, M.R., Hidayat, M., & Rahman, M.H. (2021). Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar. *AkMen*, Vol. 18 No. 1, pp. 84-97.
- Rizky Hidayat. 2021. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Label Halal Sebagai Moderasi. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*. ISSN: 2721-1223.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal On Education*, 5(3), 8126-8137. doi:<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Rozjiqin, M.F. and Ridlwan, A.A. (2022) 'Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks', *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). Available at: <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2419>
- Saputra, Alfath A., dan Jaharuddin. 2022. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 8(2).
- Saputra, Doni F. D., dan Jumiati KN. 2023. "Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan". *Jurnal Bincang Komunikasi*. 1(1), 61-69.

- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sitompul, Saleh. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*. Vol.7 No.1. P-ISSN : 2442-5877. E-ISSN : 2686-1674.
- Sukandar, Anang. 2015. *Sejarah Asosiasi Franchise Indonesia dan Perjalanan Franchise Indonesia*. Jakarta : Majalah Franchise Indonesia.
- Tulasi, Dominikus. "Marketing Communication Dan Brand Awareness." *Humaniora Binus*, vol. 3, no. 1, 2012, pp. 215-222.
- Utomo, S. B., Nugraha, J. P., Indrapraja, R., & Panjaitan, F. A. B. K. (2023). Analysis of The Effectiveness of Integrated Digital Marketing Communication Strategies in Building MSMEs Brand Awareness Through Social Media. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 8-13.
- Yossie Rossanty. 2016. Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Mpderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Di Kota Medan. *Jumant*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 73-81, feb. 2018. ISSN 2088-3145. Available at: <<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/60>>. Date accessed: 10 june 2024
- Zailani, Omar, dan Kepong, "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan," *Jurnal Al-Amwal* 8, no. 1 (2019): 17.