

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaini, A. A., & Suprapti, I. (2023). Pengaruh Produk Berlabel Halal Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(1), 45–55. <https://doi.org/10.24929/fp.v20i1.2545>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aziz, Y. A., & Vui. (2017). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non- Muslim in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–95.
- Ghozali. (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hardani, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Jacinda. (2022). *Sertifikat Halal, Tourism and Hospitality Research*. 17(4), 88–100.

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Ed Mileium* (B. Molan (ed.)). renhallindo.
- Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management, 14eth Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (Edisi Keem). Pearson Education, New Jersey.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Nasution, P., Effendi, S., & Agustami, E. (2022). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI KECAMATAN BARUMUN. *Urnal Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 69–70.
- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Pebriani, Y. D. (2016). *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pribadi (Studi Pada Indomaret Di Ratu Dibalau2)*. Universitas Lampung.
- Pebriyanti, F., Rahmasarita, W., & Muhsin. (2023). Pengaruh Halal Wareness dan Halal Certification Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 129–142. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>
- Pentury, T., Aulele, S. N., & Wattimena, R. (2016). Analisis Regresi Logistik Ordinal. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 10(1), 55–60.

- <https://doi.org/10.30598/barekengvol10iss1pp55-60>
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- Ramadhan, M. N. A. (2013). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN SERVIS BERKALA PADA DEALER NISSAN BASUKI RAHMAT DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Manajemen*, 55.
- Riaz, M. N. (2007). *Halal Food Production for the Central Industry and the Halal Certification. Article in Cereal Foods World*. 5, 4.
- Ridwan, M. (2019). Hubungan antara faktor risiko dengan kejadian tbpada anak di poliklinik anak rumah sakit tk ii moh. Ridwan meuraksa jakarta. *Jurnal Kedokteran*, 3(1), 35–47.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu). PT Indeks.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Kencana.
- Sugiyono. (2014). “*Buku Metode Penelitian.*” In *Kombinasi (Mixed Methods)*, ed. Sutopo. ALFABETA, CV.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunarto. (2010). *Manajemen Pemasaran*. UST Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3.
- Uliya, Z., & Zuhadi, T. (2023). PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Konsumen di Kota Bengkalis). *Homepage: Journal.Universitaspahlawan.Ac.Id/Index.Php/MONEY MONEY*, 1(2), 106–114.
- Wahyu Kurniawan, I., Mansyur, A., & Supriyono. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Cokelat Cadbury Pada Mahasiswa Kampus Institut Stiami Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 92–97.
- Warto, A. I. & W. (2013). *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM SPSS Statistics*, 20.
- Waskito, D. (2015). *Pengaruh Sertifikat, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*.

Zuhriyah, K. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS DAN HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL (Studi Pada Konsumen Kosmetik Halal Merek Wardah di Kec. Wajak Kab. Malang)*.

