

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, Venny Faradika, and Harry Soesanto. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebrity Endorser Pada Promo Dan Aqua Terhadap Minat Beli AMDK Aqua Dengan Citra MMerek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Di Jawa Tengah Dan DIY)." *Diponegoro Journal of Management*, vol. 5, no. 3, 2016, pp.1–14.
- Bachriansyah, Rizky Amalina. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)." *Faculty of Economics and Business > Department of Management*, 2011, pp. 9–65.
- Balmer, John M. T., et al. "The Role of Corporate Brand Image for B2B Relationships of Logistics Service Providers in China." *Journal of Business Research*, vol. 117, no. March, Elsevier, 2020, pp. 850–61, doi:10.1016/j.jbusres.2020.03.043.
- Bastian, Danny Alexander. "Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 2, no. 1, 2014, pp.1–9.
- Bilkisty, Rihadatul Aisy. "Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Sebagai Pemoderasi." *Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung*, 2017, pp. 63–99, doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Budiningtyas, Fitria Sari, et al. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Minimarket." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, vol. 11(2), 2010, pp. 87–107.
- Bulan, T., and M. Rizal. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, vol. 5, no. 1, 2016, pp. 431–39.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, et al. "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol. 6, no. 2, 2018, pp. 729–39.
- dissertation, MA Hafifi-Unpublished master, et al. "Consumers' Perception and Purchase Intention Toward Private Label Products of KR1M." *Academia.Edu*, no. February, 2016.

- Erdil, T.Sabri. "Effects of Customer Brand Perceptions on Store Image and Purchase Intention: An Application in Apparel Clothing." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 207, Elsevier B.V., 2015, pp. 196–205, doi:10.1016/j.sbspro.2015.10.088.
- Ian Antonius Ong dan Drs. Sugiono Sugiharto, M. .. "Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya." *Manajemen Pemasaran*, vol. 2, no. 2, 2013, pp. 1–11.
- Ii, B. a B., et al. *Minat Beli*. 2012, pp. 6–19.
- Iii, B. A. B., and Metode Penelitian. *Kartini Kartono, Metodologi Penelitian (Yogyakarta: UII Press, t.t), 55 Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 126*. 2002.
- Imamuddin, M. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017." *Ekonomika Syariah*, vol. 1, no. 1, 2017, pp. 34–47.
- Kamilah, Ghina, et al. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, vol. 6, no. 2, 2017, pp. 1–18.
- Maulida, Rahmah. "Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen." *Justicia Islamica*, vol. 10, no. 2, 2013, doi:10.21154/justicia.v10i2.153.
- Mohtar, Nor Marini, et al. "Ayamas Food Corporation Sdn. Bhd: A Study on the Factors of Consumer Behaviour towards Halal Product Selection." *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, vol. 121, no. September 2012, Elsevier B.V., 2014, pp. 166–85, doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1118.
- Nugraha, Ranu, et al. "(Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 50, no. 5, 2017, pp.113–20.
- Page 1 Prinsip-Prinsip Pemasaran I Edisi Keduabelas _ Jilid 1 _ _ PHILIP KOTLER _ Northwestern ... (PDFDrive).pdf*.Pemerintah, Peraturan, et al. *Bahwa Salah Satu Tujuan Pengaturan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pangan Adalah Terciptanya Perdagangan Pangan Yang Jujur Dan Bertanggung Jawab*; 1999.
- Produk, Beli, and M. I. Samyang. *Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Mi Samyang*. 2015, pp. 1–12.
- Produk, Kualitas, et al. *Produk Oriflame*. 2012.

- Pustaka, Kajian, et al. *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*. no. i, 2004, pp. 16–45.
- Rakhmawati, Nur Aini, et al. “Linked Open Data for Halal Food Products.” *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, no. xxxx, King Saud University, 2019, doi:10.1016/j.jksuci.2019.04.004.
- Ratnasari, Desi. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Kopi Banaran/ Banaran 9 Mart).” *Skripsi*, 2019.
- Rinzani, Suci. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Sampo Clear Versi “Konser DJ” (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*. 2018.
- Scharfstein, M., and Gaurf.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol.53, no. 9, 2013, pp. 1689–99, doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Sugiyono, Prof.Dr.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no.9, 2016, pp. 1689–99, doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Sujana, Sujana, and Eri Agustian. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s Conello.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 1, no. 2, 2013, pp. 169–78,doi:10.37641/jimkes.v1i2.264.
- Sulistiyono, Ninoy Yudhistya. “Gambaran Asupan Zat Gizi Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan.” *Repository.Upi.Edu 19*, 2013, pp. 19–29.
- Sundalangi, Marchelyno, et al. “Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 2, no. 1, 2014, pp. 313–24,doi:10.35794/emba.v2i1.3829.
- Tambunan, Krystia. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi KasusPadaKonsumen Di Bandeng Presto Semarang).” *Management*, vol. 1, no. 4, 2012, pp. 58–66.
- Vristiyana, Visca Mirza. “PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL TERHADAP PENILAIAN PRODUK HALAL DAN MINAT PEMBELIAN PRODUK HALAL (Studi KasusPadaIndustri Makanan).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, 2019, p. 85, doi:10.30659/ekobis.20.1.85-100.
- Yulianto, Edy. *MINAT BELI (Survei Online Pada Pengikut Akun Instagram @ Safiindonesia)*. no. 1.