

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., & Muflikha, N. R. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 54-68.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis pengaruh label halal, brand dan harga terhadap keputusan pembelian di kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. (2019). The effect of service quality and website quality of zalora. Com on purchase decision as mediated by purchase intention. *Calitatea*, 20(169), 87-92.
- Fajri, I., Rizkyanfi, M. W., & Ismaya, R. (2021). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decisions With Brand Awareness As An Intervening Variables In Praketa Coffee Shop Purwokerto. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 97-110.
- Febriyanti, A. R. (2021). *Pengaruh Product Quality, Service Quality, Brand Image, dan Social Media Marketing terhadap Purchase Decision (Survei Pada Konsumen Bittersweet by Najla di DIY)* (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN" YOGYAKARTA).
- Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate-Dengan Program IBM SPSS 25". Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hadiman, Inge. (2001). *Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia*. <https://adoc.pub/keputusan-menteri-agama-ri-nomor-518-tahun-2001-tanggal-30-n.html>
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, et al. 2017. *Perilaku Konsumen*. Vol. 5. Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung

- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 15, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, G. (2020). Pengaruh celebgram dan brand image terhadap minat beli konsumen secara online pada media sosial Instagram produk Erha Clinic di Surabaya. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 5(1), 39-47.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90-95.
- Makuku, K. K., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ttheokbokki di Resto *Queen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(5).
- Marinus, Angipora. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak brand image dan harga terhadap keputusan pembelian produk miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75-87.
- Mileva, Lubiana dan Achmad Fauzi DH, 2018, Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58, No. 1.
- Miswanto, M., Salsabila, I., & Kusmantini, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Pada Generasi Z Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 70-86.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103

- Noviyana, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 906-912.
- Nurjanah, N. N. (2020). *Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). The influence of brand image, service quality, and social media marketing on purchase decision at restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251-260.
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pegaaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 64-76.
- Sandi, A., Marsudi., dan Rahmawanto, D. 2011. Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berenergi. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 1*, No, 02, pp 138.
- Schaupp, L.C & Belanger, F. (2014). The Value of Social Media for Small Business. *Journal of Information System*, 28 (1), 187-207.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Solis, Brian, 2020, *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*, New Jersey, John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: PT Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

- Sutikno, E. G. (2022). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Anugrah* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Tjiptono Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Toree *et al.*, (2022). The Impact of Marketing in Social Media on the Purchase Decision of the Fast Food Consumer. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Nsukka, Nigeria*
- Wahyurini, S. C. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(1), pp. 39-50.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama