

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. (1994). *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1).
- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2020). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaersa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Annur, C. M. (2023). *Konsumsi Rumah Tangga Jadi Penopang Ekonomi RI Kuartal II-2023, Ini Faktor Pendorongnya*. Kata Data Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/07/konsumsi-rumah-tangga-jadi-penopang-ekonomi-ri-kuartal-ii-2023-ini-faktor-pendorongnya>
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rinaeka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikuntum, S. (1998). *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (edisi revisi cetaan 11)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanto, A., Andi, D., Abid, M., Oktavianti, N., Amelia, R. W., Wiguna, M., Safih, A. R., Purwanti, Wijoyo, H., & Devi, W. S. G. R. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skill*. Kabupaten Solok: Cv Insan Cendekia Mandiri.
- Bulan, T. P. L., & Fazrin, K. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6(2).
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Saijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pmasaran*. Bandung, Bali: Cv Intelektual Manifes Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press.
- Hariyadi, G. T. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2).

- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Meidiansyah, P. R. (2022). *Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gorden Merek Aviana (Studi Pada Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Murniati. Monika, Palupi., Vena, Purnamasari., Stephana Dyah, Ayu R., Agnes, Advensia C., Ranto, Sihombing., & Yusni, Warastuti. (2013). *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Unika Soegupranata.
- Nashirun. (2020). Makanan Halal dan Haram Dalam Perspektif Al Quran. *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*, 3(2).
- Nur, H. M., Maarif, V., Maryani, I., & Sunanto. (2023). Data Analisis Distribusi Frekuensi Angka Pernikahan Dini di Era Covid 19. *Bianglala Informatika : Jurnal Komputer dan Informatika Akademi Bina Sarana Informatika Yogyakarta*, 11.
- Nurdin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2).
- Pamungkas, B. (2023). *Statistik Daerah Kecamatan Purbaratu Tahun 2023*. Tasikmalaya: Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya.
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6).
- Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jimesha*, 2(1).
- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*. Kabupaten Bandung, Bali: Cv Noah Aletheia.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Sukoharjo: Cv Tahta Media Group.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Riduwan. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia

Pustaka Utama.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, D. S. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. . W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistiani, W. (2021). *Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum Refill Luzi Tiruan D&G Sisi (Studi Pada Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumardi, M., & Evers, H.-D. (1982). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: CV Rajawali.
- Sumardi, M., & Evers, H.-D. (2001). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: Rajawali.
- Suprihati, & Utami, W. B. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(01).
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018a). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2(1).
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018b). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2(1).
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tersiana, A. (2018). Yogyakarta: *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibisono, Y. (2015). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1).
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik