

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Utami; Zahrudin; S.Ramadhanti (2019). “ *ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE PT GO-JEK INDONESIA*” *Journal of Applied Business and Economics (JABE)* Vol. 6 No. 2, 137-156 (hlm. 140).
- Abdul Ghofur (2018) “*PENGANTAR EKONOMI SYARIAH: KONSEP DASAR, paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1 ed. Hlm. 80. 1.
- Abdul Fattah Nasution. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Edited by Meyniar Albina. *Psikosain*. 1st ed. Vol. 5. Bandung: CV Harfa Creative.
- Ahmad Syaifudin 2023, *PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA DEPOK* (Skripsi: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI DEPOK), hlm. 8 & 71
- Aini, Z. (2016). “*ANALISIS INDIKATOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH.*” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1: 1.
- Arianty, Nel, and Ari Andira (2021). “*PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.*” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4 (1): 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>.
- Arry Widodo, Rennyta Yusiana “ *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN USIA SEBAGAI MODERATOR*” *Jurnal Ekombis Review*, 11 : 1 Januari 2023. Hlm. 1041–1050 (hlm. 1044)
- Balaka, Muh Yani (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Edited by Iskandar Ahmaddien. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. 1st ed. Vol. 1. Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada . www.penerbitwidina.com.
- Devi Septiani, Ahmad Najib Ridwan (2020). “*THE EFFECTS OF HALAL CERTIFICATION AND HALAL AWARENESS ON PURCHASE INTENTION*

- OF HALAL FOOD PRODUCTS IN INDONEISA.” HUNafa: Jurnal Studia Islamika* 2 (2): 55–60. <https://doi.org/10.24239/jsi.v16i1.538.111-141>.
- Dimas Bayu. 2023. “*SEBANYAK 86,88% PENDUDUK INDONESIA BERAGAMA ISLAM.*” 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>.
- Fausan Dipta Nugroho 2023, *ANALISIS INDIKATOR-INDIKATOR YANG LEBIH MEMPERTIMBANGKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURAKARTA*, (Skripsi: Universitas Islam NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA), HLM. 45 & 59
- FIRMANSYAH, M. ANANG. 2019. *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. 1st ed. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Furqon, Imahda Khoiri. 2018. “*TEORI KONSUMSI DALAM ISLAM.*” *Adzkiya, UIN Sumatera Utara* 06: 1–18.
- Hasan, Muhammad, and Tuti Khairani Harahap dkk (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Edited by Muhammad Hasan. 1st ed. Sukoharjo: Tahta Media Group.
- Hikmawati, Fenti. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. 4th ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Hoyer, Wayne D., and Deborah J. Macinnis (2010). *CONSUMER BEHAVIOR*. 5th ed. Mason, USA: Nelson Education, Ltd. <https://doi.org/10.1002/cb.84>.
- Husnil Khatimah, dkk 2023. *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management), hlm. 185
- Indiyah Fitriyani ‘ ‘ *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA* ’ ’.(Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta), hlm. 45
- Islamiyanto. 2021. “*PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG MELALUI MINAT BELI (STUDI KASUS KONSUMEN MIE SAMYANG DI KABUPATEN GROBOGAN) SKRIPSI.*” *Costing: Universitas Islam Sultan Agung*. UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG.

- Juli E.S Towoliu, Willem. J.F.A Tumbuan 2017 “ *PENGARUH INDIKATOR PRIBADI DAN INDIKATOR KELUARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN WAROENG TEPI LAUT, MANADO* ”
urnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, hal. 308 – 322 (hlm. 310)
- Karina Saputri, N. Eva Fauziah, Popon Srisusilawati. 2019. "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIMAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS SYARIAH PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016" *Jurnal Ilmiah Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 5: 127.
- Kasdi, Abdurrohman. 2013. “*TAFSIR AYAT-AYAT KONSUMSI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI ISLAM.*” *Equilibrium* Vol. 1 (1): 18–32.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong (Alih Bahasa Bob Sabran). 2008. *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN*. 12th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusumawardhani, Dyah. 2022. “*PENGARUH KESADARAN HALAL, RELIGIUSITAS, DAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL MAHASISWA MUSLIM DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MAKANAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia) THE EFFECT OF HALAL AWARENESS, RELIGIUSITY, AND KNOWLEDGE OF HALAL PR.*” UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. 2019. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementrian Agama RI.
- Larasati, Ifeb Dinda. 2023. “*PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE.*”
- Ma'ruf, Ahsan. 2022. “*PENGARUH KESADARAN HALAL, GAYA HIDUP HALAL, DAN ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2018-2020) Skripsi.*” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Mardiana, Anggi. 2022. “*Meniliki 5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian*

- Konsumen Dalam Membeli Produk.*” 21 Desember. 2022.
- Mawadah Nur Rohmah. 2023. “*PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN PROMOSI PRODUK MIXUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) SKRIPSI.*” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Muhammad Fahmul Iltiham & Muhammad Nizar. 2019. *BUKU HALAL*. 1st ed. Vol. 4. Pasuruan.
- Muhammad, Fariz. 2023. “*PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN DI KELURAHAN ARGASARI KOTA TASIKMALAYA SKRIPSI.*” Universitas Siliwangi.
- Murdiyanto, Eko. 2020. *PENELITIAN KUALITATIF (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. 1st ed. Yogyakarta: UPN VETERAN YOGYAKARTA PRESS.
- MIXUE INDONESIA <http://www.mixue.co.id/>
- Mira Selviana dkk 2019 *PENGARUH INDIKATOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 19 No. 1.: 42 – 53. (Hlm. 45).
- Novianti, Nadira. 2021. “*PENGARUH HALAL AWARENESS, PENDAPATAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL MUI (STUDI PADA MILENIAL MUSLIM DI KOTA MALANG).*” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 9 (1): 28. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7645>.
- Pemerintah Indonesia. 1999. *Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan*. Pemerintah Republik Indonesia.
- Qur'an Kemenag <https://quran.kemenag.go.id>
- Rahmawaty, Anita. 2021. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam (1)*. Edited by Anita Rahmawaty. Yogyakarta: Idea Press.
- Ridwan, Muhammad, Isnaini Harahap, and Pangeran Harahap. 2018. “*KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE*

TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI MEDAN).” *J-EBIS* Vol. 3 (No. 2): 132–47.

Rozayni. 2011. “*PERILAKU KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI KOMPLEK PEMDA PERUMAHAN CEMARA RT 03 RW 04 KELURAHAN DELIMA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU) SKRIPSI.*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

Sarah Azhara dkk 2023, *PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DJUANDA*. Karimah Tauhid, Volume 2 Nomor 1 : hlm. 246.

Sarippudin, Asep, Iis Dewi Fitriani, and Wandy Zulkarnaen. 2019. “*PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI ITC KEBON KALAPA BANDUNG.*” *SEMAR: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Rivi* STIE Muhammadiyah Bandung 1 (143): 42–51.

Sugiyono. 2019. “*METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*”. Bandung: Alfabeta.

Suharyono. 2018. “*PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM 308*” *Al Intaj* 4: 319. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-593791%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.

Sulaeman Jajuli, H M. 2020. *EKONOMI ISLAM Step by Step Menulis Laporan Penelitian*. Edited by H M Sulaeman Jajuli. 1st ed. Serang: Media Madani.

Susilawati, Cucu, and Agus Joharudin. 2023. *Labelisasi Halal Dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan*. Widina Bhakti Persada Bandung. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>.

- Syaparuiddin. 2022. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim_Full Book)*. 1st ed.
- Tina Wijayanti, and Agus Eko Sujianto. 2022. "MEREK, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 5 (1): 32–41. <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2048>.
- Undang-undang Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*.
- W Yanti. 2020. "PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KUDUS)". Skripsi." Skripsi INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS.
- Wahyu Widyaningrum, Premi. 2019. "PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, IKLAN, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT PEMBELIAN KOSMETIK MELALUI VARIABEL PERSEPSI SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA CIVITAS AKADEMIKA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Universitas Muham-madiyah Ponorogo* 2: 75–97. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital>.
- Winda Julia Monica. 2018. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK ES KRIM AICE (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)" Skripsi. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Yofanka Theola Mitzi, Cecep Hermana 2023 "PENGARUH KELUARGA DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SAMSUNG(STUDI KASUS MASYARAKAT KARAWANG)" *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. Volume 5 Nomor. 2 ; 379-386 (hlm. 381)
- Zakaria, Z, M.D. Abdul Majid, Z Ahmad, Z Jusoh, and N.Z. Zakaria. 2018. "INFLUENCE OF HALAL CERTIFICATION ON CUSTOMERS"

PURCHASE INTENTION.” *Journal of Fundamental and Applied Sciences* 9 (5S): 772. <https://doi.org/10.4314/jfas.v9i5s.55>.

Zakiah, Selviana. 2022. “*TEORI KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*” Masuk: Juli 2022 Penerimaan: Juli 2022 Publikasi: Juli 2022.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 02 (02): 154–64. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>.

Zusrony, Edwin. 2021. *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Edited by Robby Andika Kusumajaya. Semarang: YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.