

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pandiva Buku, 2016)
- Akbar, A. S., Destika, Safitri, N., Khasanah, S., & Alparisin, M. R, ‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen MC DONALD Lampung.’, *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 4 (2021), 59–68
- Al-Qurthubi, Syeikh Imam, *Tafsir Al-Qurthubi/ Syeikh Imam Al-Qurthubi* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007)
- Andreea, I, Dafnis N Coudounaris, Peter Björk, T Mets, Rustam Asadli, and Andreea I Bujac, ‘This Version of the Article Is Stored in the Institutional Repository DHanken Administrative Sciences Customer-Based Brand Equity Drivers : A Leading Brand of Beer in Estonia’, 2025 <<https://doi.org/10.3390/admsci14040061>>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A., ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk SCARLETT Di E-Commerce Shopee.’, *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol/ 8 (2021), 1370-1379.
- Ardhiansyah, Arvi Nurizza, and Novi Marlana, ‘Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax The Effect of Social Media Marketing and e-Wom on Interest to Buy Geoffmax Products’, 18 (2021), 379–91
- Ardyansyah, Muhammad Arief, Baju Bawono, and Paulus Wisnu Anggoro, ‘Product Quality and Service Quality Based on Halal Food and Beverage Regulation in Moslem Majority Country- A Systematic Literature Review’, 6869 (2024) <<https://doi.org/10.23917/jiti.v24i1.9554>>
- Arshia Mukhtar, Muhammad Mohsin Butt, ‘Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity.’, *Journal of Islamic Marketing*, 3 (2012), 108–20
- Badan, Kepala, Pengawas Obat, and D A N Makanan, ‘BERITA NEGARA’, 2023, 1–6
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), ‘Produk Bersertifikat Halal Tembus 9,6 Juta, BPJPH Terus Intensifkan Kolaborasi Dalam & Luar Negeri’, 2025 <https://bpjph.halal.go.id/detail/produk-bersertifikat-halal-tembus-9-6-juta-bpjph-terus-intensifkan-kolaborasi-dalam-and-luar-negeri?utm_>
- Brahmaratih, Ida A, ‘The Impact of Product , People , Process Dan Physical Evidence on Customer Loyalty at PT . Samudera Shipping Services - Surabaya’, 1 (2014)
- David A. Aaker, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name* (New York: The Free Press, 1991)
- Debi Eka Putri et.al, *Brand Marketing* (Yogyakarta: Deepublish, 2021)
- Direktorat Perwilayahan Industri., ‘Potensi Dan Peluang Besar, Menperin

- Optimistis Indonesia Jadi Pusat Industri Halal Dunia', *KPAII Kementerian Perindustrian*, 2025 <<https://kpaii.kemenperin.go.id/id/news/potensi-dan-peluang-besar-menperin-optimistis-indonesia-jadi-pusat-industri-halal-dunia>> [accessed 27 November 2025]
- Dulyadi, *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah, Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smartpls* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021)
- E, Nur Laily Hawa, 'Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan', 4 (2020), 12–21
- Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021)
- Ekonomi, Fakultas, 'Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee', 2020, 68–78
- Estiva Marlita, Veronika Rahmati, 'Kajian Media Sosial Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Konsumen Kaos Stelabs Startup Business', *Indonesian Journal of Management Science*, Vol 1 (2022), 51–60 <<https://doi.org/10.55840/ijms.v1i1.73>>
- Fajri, M Hafizh, Efni Anita, and Neneng Sudharyati, 'Pengaruh Kesadaran Halal , Ekuitas Merek , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea Unja Di Jambi Program Studi Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam ', 9 (2025), 3854–65
- Fitrianis Sihura, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kadoz Di Ud. Lius', 8 (2025), 332–46
- Fontessa, Faizza, 'Makanan Cepat Saji Jadi Pilihan Favorit Menu Makan Siang', *Goodstats*, 2025 <<https://goodstats.id/article/makanan-cepat-saji-tempati-urutan-pertama-untuk-pilihan-menu-makan-siang-ezXmH> > [accessed 27 November 2025]
- Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021)
- Hanafi, Eva Sundari Imam, *Manajemen Pemasaran* (Riau: UIR PRESS, 2023)
- Hidayati, Fika Nurul, Budi Priyono, Politeknik Stia, and Lan Jakarta, 'Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Pada UMKM Sprouts Farms', *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6 (2024), 35
- Ida Nur Laeli, 'Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas', *Jurnal Pemikiran Islam*, 18 (2017), hlm 84
- Jauhari, Muhammad Sofwan, 'Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025', 2025, 105–22 <<https://doi.org/10.30868/Ad.V8i01.6495>>
- Kasturi, Kintan, Eka Sutisna, and Ratih Ayu Sekarini, 'Pengaruh Media Sosial Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Makanan Halal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Jakarta Pada Platform TikTok', 4 (2025), 7641–

- Khabib Alia, *Seri Belajar Bagi UMKM Pengetahuan Produk* (Surakarta: CV PUSTAKA BENGAWAN, 2017)
- Kristiawan, Theophilus Alpha, and Keni Keni, 'Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal 1)', 15, 244–56
- 'Laporan Riset Analisis Tren Pasar Makanan Cepat Saji Berdasarkan Jenis Produk (Pizza/Pasta, Burger/Sandwich, Ayam, Makanan Asia/Amerika Latin, Makanan Laut, Lainnya (Daging Sapi Dan Babi)), Dan Berdasarkan Wilayah (Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa, Asi', *For Insight Consultancy*, 2025, p. hlm 1 <<https://www.forinsightsconsultancy.com/id/pasar-makanan-cepat-saji>> [accessed 27 November 2025]
- Layla, Syifa Nur, 'GAPMMI: Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 6,15% Pada Semester I/2025, Inovasi Kemasan Diakselerasi', *Swa.Co.Id*, 2025 <<https://swa.co.id/read/465187/gapmmi-industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-615-pada-semester-i2025-inovasi-kemasan-diakselerasi>> [accessed 27 November 2025]
- Lucky Muhammad, 'Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman : Analisis Peran Sertifikasi Halal , Kualitas Produk , Dan Harga Di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta', *Journal of Economics and Islamic Business*, 04 (2024), 27–41 <<https://doi.org/10.55352/maqashid.v4i1>>
- Mega Rachma Kurniaputri, Hardius Usman, 'Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy', *Ilmiah, Jurnal Islam, Ekonomi*, 6 (2020), 450–58
- Moniaga, Veronica, Tinneke E M Sumual, and Lydia Kumajas, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Produk Wardah Sebagai Kosmetik Halal Melalui Sikap Konsumen', 4 (2023), 67–80
- Mursidah, 'Gambaran Pengetahuan Dan Perilaku Konsumsi Makanan Siap Saji (Fast Food) Pada Remaja Di SMA Negeri 2 Banguntapan Bantul Yogyakarta', 2022, 1–23
- Nabilah, Sarah, 'Digitalisasi Produksi Makanan: Dari Data Hingga Keamanan', *Glessler*, 2025 <<https://gressler.id/digitalisasi-proses-produksi-makanan/>> [accessed 27 November 2025]
- Nirmalasari, Sanurdi, 'Pengaruh Halal Knowledge Dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Dengan Sikap Konsumen Sebagai Mediasi', *Jurnal Hukum Islam*, 8 (2025), 96–110
- Nurfauzi, Yogi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, Muhammad Yusuf, and Muhammad Asir, 'Quality And Competitive Pricing Literature Review : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif', 4 (2023), 183–88
- Ozturk, Abdulkadir, 'The Effect of Halal Product Knowledge , Halal Awareness , Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention', 13 (2022), 127–41 <<https://doi.org/10.20409/berj.2022.365>>

- Pahmi, *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*, ed. by Abdul Karim (PT. Nas Media Indonesia, 2024)
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan, *Marketing 5.0: Technology for Humanity* (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2021)
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed (Harlow: Pearson Education Limited, 2016)
- Putu, Ni, Ayu Suantari, Ni Komang Wiardani, and Ni Putu Agustini, 'Gambaran Pola Konsumsi Fast Food Dan Status Gizi Siswa Di SMP Negeri 10 Denpasar', 14
- Qonita Firdaus, Tintin Suhaeni, 'Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C Di Kota Bandung)', 6 (2020), 64–71
- Raufu, Abdul, and Ahmad Naqiyuddin, 'People ' s Awareness on Halal Foods and Products : Potential Issues for Policy-Makers', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121 (2014), 3–25
<<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>>
- Salsha Okta Fairuz, 'Indonesia Jadi Negara Dengan Konsumsi Makanan Halal Terbesar, Kalahkan Mesir', *KumparanFood*, 2025
<<https://kumparan.com/kumparanfood/indonesia-jadi-negara-dengan-konsumsi-makanan-halal-terbesar-kalahkan-mesir-25FmX8RzYFe/4>>
[accessed 27 November 2025]
- Saniatuzzahroh, Aprilia, and Desi Trisnawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Halal , Brand Image Dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal : Sikap Sebagai Vaiabel Intervening', 1 (2022), 870–88
- Sanny Hanjaya, 'Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte', *Jurnal Manajemen Dan Star-Up Bisnis*, 1 (2016), Hlm 183
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar., *Consumer Behavior*, 10th edn (Upper Saddle River, New Jersey.: Pearson Prentice Hall., 2008)
- Schiffman, Leon G., & Joseph Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th ed (Harlow: Pearson Education Limited, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2023)
- Syahril Yusuf, Eni, Danial, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020)
- Tabelessy, Walter, 'The Role of Food Quality and Halal Certificates to Improve Consumer Satisfaction and Loyalty', 03 (2023), 1127–36
- Usman, L. Kurniawati dan F., 'The Effect of Brand Equity on Purchase Decision', *Jurnal FEB Unmul*, 2020
- Utama, Atika Widya, Meera Gupta, and Rohan Kumar, 'The Influence of Social Media Marketing on Brand Image and Purchase Intention for Halal Products', 3 (2025), 86–98

- Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Mualiaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management: Praktik Manajemen Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2014)
- Vristiyana, Visca Mirza, 'Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan)', *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1 (2016), 85–100
- Wardhana, Aditya, *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0*, Edisi INdo (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024)
- Welsa, Henny, Fernicko Meidyansyah, Manajemen Fakultas, Ekonomi Universitas, and Sarjanawiyata Tamansiswa, 'Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening : Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram 3Second Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah', 5 (2023), 1026–36 <<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>>
- Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Bary Press, 2014)
- Yamin, Sofyan, *Olah Data Statistik: SmartPLS4 Amos & Sata*, 3 Ed (Bekasi: PT Dewangga Energi Internasioal, 2023)
- Yustiyani, Yustiyani, 'Energy And Sugar Content Of Ready-To-Drink Tea And Coffee Marketed In South Tangerang , Indonesia', 19 (2024), 45–51
- Zaid, Zaid, *Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi Dan Kualitas Pelayanan*, ed. by Saeful Anam (Jawa Timur: Academia Education, 2021)