

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014, Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Aaker, A. D. (2018). Manajemen Ekuitas Merek (1st ed.). Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Jakarta: Salemba Empat
- Aldoko, D., Suharyono, S., & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing
- Assauri, S. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran. Depok: PT. RajagraGrafindo Persada.
- Basyaruddin. Sosialisasi Sertifikasi Halal LPPOM MUI SU dan KADIN SU. 21 Oktober 2015. Medan
- BPS, 2020. (2021). h pegawai negeri sipil yang memenuhi persyaratan untuk mengikuti Seleksi Terbuka JPT Pra.
- Budianto, A. (2015). Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Ombak*, 11-57.
- Firmansyah. (2016). Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran (Vol. 27). Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ghozali & Latan (2015). Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Harahap, R. S. P. (2020). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara). AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, 2, 354–376.
- Hasbun, B dan Ruswanty, E. Komperansi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*, 2: 1. 2 - 4. 2016
- Iranita, (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji. Penelitian di akses dari <http://riset.umrah.ac.id/wp-content/uploads/2013/12/jurnal-irahalal1.pdf#page=1&zoom=auto,0,388> pada tanggal 4 Maret 2014.
- Kamilah, G. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management. England: Pearson Education Limited. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Fakultas

Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk

- Kurniawan, R., R. Ratmono, and N. Septiana. "Pengaruh Harga, citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu paket data internet telkomsel di kota." *Journal Dinamika STIE Lampung* (2018).
- Mardiana, T., Syahreva, H., & Tuslaela, T. (2019). Komparasi Metode Klasifikasi Pada Analisis Sentimen Usaha Waralaba Berdasarkan Data Twitter. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 15(2), 267-274.
- Porajow, Kelvin Christian, dkk. (2020), Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado, *Productivity*, Vol. 1, No. 5, 2020, E-ISSN. 2723-0112
- Prihanti, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality, Islamic Branding Dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian
- Sadzalia, Shovi. 2015. Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Kota Malang. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis pengaruh beauty vlogger sebagai reference group, lifestyle dan brand image terhadap keputusan pembelian lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788–801. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i5.621>
- service innovation: verification and its associations with new service development and customer involvement, *Journal of Services Marketing*, 26 (6), 444–457.
- Silitingo. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kimia Farma Trading & Distribution.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2015). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran dan Label Halal. (Vol. 19) Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit PT Caps.
- Suwarto. (2021). Aplikasi Dan Pengelolaan Data. Metro: Laduny Alifatama
- Swastha, Basu Dharmesta dan T. Hani Handoko. (2017:92). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi III, Yogyakarta: BPFTerhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Sinarmas Yogyakarta." Skripsi Sarjana, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Yogyakarta, 2017, Hal. 21-59.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Utami, W. B. 2013. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim Annisa Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Wahyu Budi Utami. 2013, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli, Yogyakarta.

Wijaya, 'Nilai dan Pengetahuan sebagai Prediktor Intensi Beli Makanan Organik', Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, No. 1, Vol. 16 (Maret, 2014), 72.

