

DAFTAR LITERATUR

- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522-529.
- Allan, Affuah. 2015. *Business Models: Pendekatan Manajemen Strategi*. Newyork: MC. Grawhill.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Al-Quran Surah Al-Maidah Ayat 88.
- Apriani, Y., Asnaini, A., & Kustin, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal terhadap keputusan membeli frozen food (studi di kota Bengkulu). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 6(1), 18-34.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1-14.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 431-439.
- Cummins, S., Peltier, J. W., John, S. A., & Nill, A. (2014). Consumer behavior in the online context. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Departemen Agama RI, 2003, *Pondok Pesantren dan Madrasah Diniyah*, Jakarta: Direktorat Jendral Kelembagaan Islam.
- Ebert, Ronald J., Ricky W. Griffin, George Dracopoulos, & Frederick A. Starke (2020), *Business Essentials*, Edisi 19, Canadian Edition, Pearson Education.
- Febrian, A., Hapsari, V. C. A. 2019. Strategi Pemasaran Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Niat Sebagai Mediasi. *Bulletin Studi Ekonomi* Vol, 24(2), H. 279-287.

- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Goenadhi, L., Dan Norbaiti, N. 2017. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Edisi Pertama. Scripta Cendekia. Banjarbaru Kalimantan Selatan.
- Japlani, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kota Metro Lampung. *Jurnal Manajemen*. Vol 14 No 2 November 2020 (*Issn Cetak 1978-6573*) (*Issn Online 2477-300x*).
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Kotler dan Gary Amstrong. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, Phillip, and Kevin L. Keller. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Laily, I. N. (2022, February 17). *Pengertian Bisnis Beserta Jenis Dan Tujuannya*. [Katadata.Co.Id.https://Katadata.Co.Id/Safrezi/Berita/620dbfD107784/Pengertian-Bisnis-Beserta-Jenis-Dan-Tujuannya](https://katadata.co.id/Safrezi/Berita/620dbfD107784/Pengertian-Bisnis-Beserta-Jenis-Dan-Tujuannya).
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Herlambang, Susatyo. 2014. Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Madura, Jeff. 2007. Introduction To Business. Edisi Keempat. Jakarta : Salemba Empat.
- Madura, Jeff. 2018. *Pengantar Bisnis . Edisi Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marcella, M. (2016). Strategi Bisnis Pengusaha Bakso Dalam Menghadapi Kenaikan Harga Daging Sapi (Studi Kasus Bakso Pepo). *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(1), 8-15.
- Maholtra, D. 2014. *Metode Penelitian. Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Martoyo, A., Susilawati, E., Kusumawardhani, N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., & Nurlaila, Q. (2022). *Manajemen Bisnis*. TOHAR MEDIA.
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.

- Nasution, F. H. (2016). Peran Administrasi Perkantoran Dalam Dunia Bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (49).
- Novandra, R. (2022). *Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Bakso Glodak Lampung Timur* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat
- Pettenreng, A. M., & Hamid, A. (2021). Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.
- Prawiro, Muhammad. (2020) Pengertian Bisnis: Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Jenis-jenis,(Online),
(<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertianbisnis.html>). Diakses pada 13 Desember 2023.
- Priscilia, I. (2018). Pengaruh Produk Dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Muslim pada Bakso Granat mas Azis Palembang. 10(2), 1–180.
- Rahman, H. 2020. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi sebagai Variabel Intervening pada Kosakata Apparel”. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*. Vol. 15. No. 1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia.
- Rangkuti, F. (2017). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Cetakan Ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosha, Z., & Titipani, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- Ruyatnasih, Yaya, dan Liya Megawati. Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus. Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2018.
- Salim, A., Yusta, R. N., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali Kota Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 159-168.
- Schiffment dan Kanuk; Perilaku Konsumen Edisi 7 (Jakarta : Prentice Hall, 2014) hal. 62.
- Setyaningrum, Ari dkk. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Jasa, *Green Marketing. Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.

- Siska Lis Sulistiani, 2018. Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia. Universitas Islam Bandung. *Jurnal Law dan Justice* Vol. 3 (02) : 1-91.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Manajemen. Jakarta. Rajarafindo.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sulaeman, A., R., et al., 2020. BUMDes Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Sulistyo. 2020. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, Ujang. (2015). Perilaku konsumen: teori dan peranannya dalam pemasaran. (2 Ed). Ghalia Indonesia: Bogor.
- Sunyoto, D. (2020). Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (Ketiga). *Caps (Center Of Academic Publishing Service)*.
- Suwarto. 2021. *Aplikasi dan Pengelolaan Data*. Metro: Laduni Alifatama.
- Suwarto, S., & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Country Of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 2(2), 61-70.
- Suryabrata, A. 2013. *Statiska untuk Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryadi, S., Yateno, Y., & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(3), 587-601.
- Swastha, B. 2009. Manajemen pemasaran. BPFE. Yogyakarta
- Swastha, B. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.

- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2008) . *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi, Yogyakarta
- Wardani dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahyuni, I., Wulandari, S., Rukmini, R., & Harahap, N. A. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Majestyk Bakery & Cake Shop Bakaran Batu Kecamatan Lubuk Pakam. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 381-389.
- Yuliani, M. P. (2021). Pengaruh Harga Dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol 3 No 2. Bulan Desember Tahun 2021.
- Zulham. 2018. *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana.