

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, S., & Ismail, H. (2019). The impact of halal certification on food choices. *International Journal of Consumer Research*, 12(4).
- Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi halal dan pemahaman labelisasi halal: Studi deskriptif analitik. *Misykat al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 6(1).
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Y. A., et al. (2014). The role of halal awareness and certification in influencing Muslim consumers' purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 320–332.
- Badruldzaman, M. D. (1986). Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Pandang Perjanjian Baku (Standar). Dalam *BPHN: Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Binacipta.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Darmawan, D. (2023). Peran Layanan Halal Dalam Mengimplementasi Kebijakan Labelisasi halal Sebagai Penjaminan Kualitas Produk Pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Tulungagung (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Departemen Agama RI. (2002). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Edwin, Z. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Priyatni, E. T., dkk. (2020). *Pemanfaatan NVIVO dalam penelitian kualitatif: NVIVO untuk kajian pustaka, analisis data, dan triangulasi*. LP2M.
- Faridah. (2019). Halal Certification in Indonesia: History, Development, and Implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2).
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.

- Hermanto, H. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Hermawan, R., et al. (2023). *Buku Referensi Perilaku Konsumen 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Khairawati, S. (2015). Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Kasus Pada Ibu-ibu di Kota Yogyakarta). *At-Tauzi: Islamic Economic Journal*, 2(1).
- Khamdan, R. (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN KHAS Press.
- Kusuma, I. (2021). *Makanan Halal & Thayyib* (Edisi ke-1). Malang: UB Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga
- Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2009). *Himpunan Fatwa MUI: Produk pangan halal*. Jakarta: LPPOM MUI
- Muliana, Nurbaiti, & Harahap, M. I. (2023). Analisis pengembangan fintech securities crowdfunding (SCF) syariah menurut pandangan maqasid syariah menggunakan metode Nvivo. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Muslimah, S. (2012). Label Halal Pada Produk Pangan Kemasan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim. *Yustisia*, 1(2).
- Nasution, A. F. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: CV. Harfa Creative.
- N.H.T. Siahaan. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk* (Cet. ke-1). Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo*.
- Nukeriana. (2018). Implementasi Labelisasi halal Pada Produk Pangan di Kota Bengkulu. *Jurnal Hukum Islam dan Peradilan*, 3(2).
- Putri. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Rasa terhadap Keputusan Pembeli Pada Produk Mie Samyang (Skripsi). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Rahmi. (2021). *Maqashid Syariah Labelisasi halal*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1).

- Rangkuti, A., Dahlia, L., & Syamsul, A. (2020). *Literasi Konsumsi Halal Masyarakat Indonesia: Studi Terhadap Kesadaran Hukum Masyarakat Provinsi Sumatera Utara dan Aceh Tentang Produk Halal*. Medan: Perdana Publishing.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rudianto, I., et al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sitorus S, A., et al . (2020). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Sri, R., & Nadia, A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Anugrah Jaya.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syukran, M., Agustang, A., Idkhan, A. M., & Rifdan. (2022). Konsep organisasi dan pengorganisasian dalam perwujudan kepentingan manusia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*.
- Wahidmurni. (2017). Memaparkan data dan temuan penelitian. Disajikan dalam Bimbingan Teknis Penulisan Proposal dan Tugas Akhir (Skripsi) dengan tema "*Cara Gampang Menulis Skripsi Berbasis Research Online*," Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Widyaningsih, D. A. (2023). Labelisasi halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Yenni, A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Zunan Setiawan, et al. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.