

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Akdon, Riduwan dan. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Aminatun Habibah. "Analisis Labelisasi Halal, Harga Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie." *Jurnal QIEMA* 6, no. 1 (2020): 59–84.
<https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/view/3511>.
- Anwar, Abdullah & Ma'ruf. "The Impact of Halal Certification on Consumer Buying Behavior." *International Journal of Islamic Marketing* 45, no. 3 (2018): 210–25.
- Aswad, Meiliana Nurnaningtias dan Muhammad. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2022).
- Bisacumlaude. "Keputusan Pembelian Konsumen: Pengertian, Indikator Dan Tahapan," 2024.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Darus Sunnah, n.d, 2016.
- C, Cooper Donald R and William Emory. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Danang, Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, Dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: CV Darus Sunnah, n.d.
- Fenti Hikmawati. *Metodologi Penelitian*. (Depok: Rajawali Pers, 2020).
- Gunawijaya, R. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam." *Jurnal Al-Maslahah* 13, no. 2 (2017): 131–45.
https://dlwqtxtslxzle7.cloudfront.net/103112520/495-libre.pdf?1686130552=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DKebutuhan_Manusia_Dalam_Pandangan_Ekonom.pdf&Expires=1741159668&Signature=P0Qu8T086RnAGNXNDd4lm6e61Mj1p~14wO5LYdHpPEcm23b~qawJzPlwoB.
- Habibah, Aminatun. "Analisis Labelisasi Halal, Harga Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie." *jurnal qiema (qomaruddin islamic economymagazine)* 6 (2020).

- Handrijaningsih, Hernama Dan Lies. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa." *UG JURNAL* 15 (2021).
- Harahap, Darwis, and Nando Farizal dan Masbulan Nasution. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*. 4, no. 2 (2018).
- Hernama, Lies Handrijaningsih. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa." *UG JURNAL* 15 (2021).
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/viewFile/3638/2108>.
- Imamuddin, M. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 1, no. 2 (2017).
<https://doi.org/https://doi.org/10.30983/es.v1i1.448>.
- Indonesia, Kementrian Agama Republik. *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahanya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2015.
- Indonesia, Majelis Ulama. "Sistem Dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal." Department Agama RI, 2003.
- Ismaulina, Maisyarah. "Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe)." *Manajerial* 12 (2020).
<http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya, 2020.
- Lestari, Putri Indah, and dan Agus Supriyanto. "Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau Dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, Dan Promosi." *Journal of Current Research in Business and Economics* 1 (2022).
- M. Imamuddin. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, n.d.
- Magdalena, Pram Agusta dan Maria. "Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Masyarakat Bidar Alam Solok Selatan." *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (2023).

- Mardiana, Anggi. "Menilik 5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk." *ekonomedia*, 2022.
- Meiliana Nurnaningtias, Muhammad Aswad. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2022). <https://jurnal.unugha.ac.id/index.php/amn/article/view/326/181>.
- Moza Salsabila. "Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian." *Youth & Islamic Economic Journal*. 4, no. 2 (2023).
- Muhamad, Nabilah. "Indonesia, Konsumen Mi Instan Terbesar Ke-2 Di Dunia." *databoks.katadata.co.id*, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/93ac2451db5b87c/indonesia-konsumen-mi-instan-terbesar-ke-2-di-dunia>.
- Na'im, Ainun. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret." *AGRISTA* 8, no. 3 (2020): 169–81. <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/50782/31379>.
- Nugraha, Jefri Putri, Dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management., 2021.
- Pram Agusta, Maria Magdalena. "Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Masyarakat Bidar Alam Solok Selatan." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (2023): 105–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.190>.
- Risma Nurhayati, Muhammad Hasanuddin, Dedi Suyandi. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo." *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* 2, no. 2 (2022): 15–29. <https://core.ac.uk/reader/539260500>.
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. WADE GROUP Jl, 2016.
- Rohman. *Ekonomi Al-Ghazali: Menelusuri Konsep Ekonomi Islam Dalam Ihya' Ulumuddin*. PT Bina Ilmu, 2015.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Saida Zainurossalamia ZA. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- Satu, UIN. "Mengapa Harus Tulungagung." *uinsatu.ac.id*, 2023. <https://uinsatu.ac.id/kabupaten-tulungagung/>.

- Septa Katmawanti, Nurnaningsih Herya Ulfah. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mi Instan Pada Mahasiswa Di Universitas Negeri Malang." *Journal of Public Health*. 1, no. 2 (2016): 229–42. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um044v1i2p229-242>.
- Sri, Hartono, and Burhanudin. "Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo." *Jurnal Edunomika* 3, no. 02 (2019). <https://jurnal.stie-aas.ac.id>.
- Subagyono, Bambang Sugeng, Ariadi, dkk. *Perlindungan Konsumen Muslim Atas Produk Halal*. CV. Jakad Media Publishing, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Suhart. *Pemasaran Produk Halal Di Indonesia*. Rajawali Pers, 2019.
- Sunarsi, Sidik Priadana dan Denok. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st. Ed. Pascal Books, 2021.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, Dan Kasus*. CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015.
- Suriyani. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Icha Gallery Di Samarinda." Universitas Mulawarman Samarinda, 2021. <https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/22635/Skripsi.pdf?sequence=1&isAllo>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- ToffeeDev. "5 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen," 2024. <https://toffeeDev.com>.
- Wati, Briliyan Putri Cintiya, Moh. Agung Surianto, dan Wenti Krisnawati. "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak." *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*. 2, no. 1 (2022): 1–11. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/MASTER/article/view/14098>.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. "Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang." *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 21, no. 1 (2023): 423–32. <https://eskripsi.usm.ac.id>.
- Zahra, A. H., Ramadhani, N. H., & Nahdah, R. 'A. "Faktor Dan Pengaruh Konsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa." *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2, no. 3 (2023). <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/827>.