

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Mukhid. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- AHMAD, M., TUMBEL, T. M., & KALANGI, J. A. F. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME DI KOTA MANADO*. 32–40.
- Ajjiah, Nur dkk., (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe), *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, Vol. 1, No. 2.
- Aldo Markilino Cahyono, A. I. M., & Kusumastuti, A. D. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , PERSEPSI HARGA , DAN CITRA MEREK*. 12, 217–227.
- Andriani, Putri dan Heriyanto, Meyzi, (2024). “Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rotte Bakery Cabang Delima”, *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Ekonomi Bisnis*, Vol. 5 No. 1,: 327
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Ariani, Anita Pangestu dan Kiswanul Arifin, Kiswanul, (2021). “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Di Arsila Bakery Tanjung”, *JAPB*, Vo. 4 No. 2,: 760
- Daga, R. (2019). *Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue November).

- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), XXXX–XXXX.
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Fatonah, M. N. (2023). *Pengaruh Word of Mouth, Perceived Quality, Dan Price Perception Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Aoka*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. August.
- Ghozali, Imam “Aplikasi Analisa Multivariate”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021)
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(03), 41.
- Krishna, Panolih. “konsumsi roti: tren bebas gula”, kompaspedia, 25 agustus 2021, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/konsumsi-roti-tren-bebas-gluten>
- Maryani. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1–17. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>

- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA TAHAPAN PENELITIAN. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82–92.
- MULYANTO, A. W. H. (2016). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*.
- Mowen, J., C. & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*, Terjemahan, (Lina Salim, Erlangga: Jakarta)
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana,)
- Nurmartiani. 2024. *Erika Pengantar Perilaku Konsumen*, (Banten: Tristar Mandiri Publisher)
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, K. A. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN Nur. *Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Nurul Wahida Aprilya, Idris Parakkasi, S. (2024). *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*. 7(2), 243–255.
- Novalia, Ineke Chintya dan Muhtarom, Abid, (2020). “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Boga Lestari”, *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, Vol. 1 No. 1.
- Pahmi. *Kualitas Produk dan Harga*.
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Patmawati, P., & Maryati, M. (2025). *Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Roti Aoka di Pamarayan*.
- Pratama, M. A. (2023). *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian roti soek padjajaran bogor*. 2.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. In *Cv. Wade Group*.

- Purwanto, Anim, 2022. *Konsep Penelitian Kualitatif: Teori Dan Contoh*, Pusat Pengembangan Pendidikan Dan Penelitian Indonesia; (Lombok Tengah: Pusat Pengembangan dan Penelitian Indonesia)
- Pesik, Putri, dkk., (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Acong di Kawangkoan, *Productivity*, Vol. 5. No. 2.
- Quraissy, A. (2022). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilk. *J-HEST Journal of Health Education Economics Science and Technology*, 3(1), 7–11. <https://doi.org/10.36339/jhest.v3i1.42>
- Rachim, F. A., Yantih, N., & Masri, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan X di Cikarang). *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3805–3822. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11361>
- Raisa Fitri, A. A. A. (2024). *SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM*. 5(2), 324–336.
- Rizki Auliani, Erni Alfisah, P. (2024). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN ROTI AOKA PADA CV SINERGI BERKAH MANDIRI BANJARMASIN*. 1–8.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Sari, K., Di, R., Bumi, P., & Asri, R. (2024). *PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SARI ROTI (Studi Kasus*. 4, 43–51.
- Savitri, Citra dkk., 2021. “Statistik Multivariate dalam Riset”, (Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA)
- Shania Eka, Rio Sudirman, I. W. F. (2023). *FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN PELANGGAN DI UD. ANGKASA PEKULO*. 11(1), 36–44.
- Silviana, R. D., Suryoko, S., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pakuwon Asri Resident

- Kaliwungu, Kendal. *JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 2(No. 2), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/2518>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Subhan. (2020). Kepercayaan Konsumen Kafe ditinjau dari Halal Life Style Di Kota Jambi (Studi Kasus Pada Kesiko, Eat & Fun dan Clave Cafe). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 5(2), 20–29. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta)
- Sundari, D., Anshari, K., Al, U., Medan, W., Islam, U., & Batu, L. (2024). *Pendekatan Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 6(1), 83–90.
- Suryaningsih dkk., (2020). “Reflection of Customer Experience and Destination Image of Tourist Trust through Satisfaction Mediation.” *Hasanuddin Economics and Business Review*, vol. 4 no. 1: 1–6.
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>
- Ulfa Muawiyah, Ahsani Taqwiem, S. A. A. (2023). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI TIKTOK SHOP*. 4(2), 119–131.
- Ummul Aiman, Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Masita, Taqwin, Meilida Eka Sari, K. N. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Wardhana, A. (2024). *Brand image* (Issue September).
- Wardhana, A. (2024). *Kepercayaan Pelanggan* (Issue August).
- Warti'ah, Kinanti, R. A., & Ningrum, C. W. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian H&M*. 12(2), 220–236.

<https://lib.mercubuana.ac.id>

- Wei, S. (2024). *The Importance of Brand Image*. 5, 93–98.
<https://doi.org/10.23977/mediacr.2024.050115>
- Wijayanti, S., Saputri, K., Hendra, J., Tinggi, S., Islam, A., Bengkalis, N., Bengkalis, K., & Riau, P. (2024). *Perilaku Konsumen Menurut Pandangan Ekonomi Islam*. 1(2), 723–732.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102.
<https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.8>
- Wardani, Dewi Setia dkk., (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dian Jaya Nganjuk, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisni*., Vol. 1, No. 3.
- Wijaya dkk., (2020). “The Influence of Service Quality, Satisfaction, and Trust Towards Customer Loyalty of Bank Nagari Air Haji Subsidiary Branch.” *Advances in Economics, Business and Management Research*, 152