

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesembilan*. Bandung: Alfabeth. 2011.
- Annisa, Sheila, dan Moh Mukhsin. “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk skincare The Originote.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 5 (2024): 1–7. Diakses pada 24 Oktober 2024. <https://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/article/view/1046?articlesBySimilarityPage=3>.
- APJII. *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses pada 11 Januari 2025. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Apriliani, Ulfi, dan Deni Yudiantoro. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Madu AG di Tulungagung.” *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis* 20, no. 1 (2023): 65–82. Diakses pada 23 Oktober 2024. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB>.
- Aryani, Menik. “Analisis *Digital Marketing* pada Hotel Kila di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan* 6, no. 1 (2021): 22–31. Diakses pada 11 Desember 2024. <https://ejournal.undikma.ac.id/index.php/visionary/article/view/4085>.
- BPS. *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. Diakses pada 28 Desember 2024. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>.
- Chalil, Rifyal Dahlawi, et. al.. *Brand, Islamic Branding, & Rebranding Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok: Rajawali Pers. 2020.
- Cimory, *Paparan Publik Tahun Buku 2024*, Diakses pada 10 Desember 2024, <https://cimory.com/uploads/investors/Annual%20Report%20CMRY%202024.pdf>.
- Cimory, *Sejarah Perusahaan Cimory*, Diakses pada 5 Oktober 2024, <https://cimory.com/our-history.php>.
- DataIndonesia. *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama*. Diakses pada 11 Februari 2025. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah-penduduk-indonesia-menurut-agama-pada-2024>.
- Faizah, Lina dan Husni Fuaddi. “Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi tentang Konsumsi (Studi Terhadap Kitab Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami).” *Jurnal Al-Amwal* 8, no. 1 (2019): 16–30. Diakses pada 12 Februari 2025. <https://jurnal.stei-iqra-annisa.ac.id/index.php/al-amwal/article/view/108>.
- Firmansyah, M. Anang. *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media. 2019.

- Hardani, et. al.. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. 2020.
- Hasanah, Uswatun, dan Mila Ratna Sari. “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Mahasiswa Febi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 2 (2023): 229–239. Diakses pada 23 Oktober 2024. <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/article/view/2483>.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitopo Press. 2019.
- Insawan, Husain, et. al.. *Mikro Ekonomi Islam*. Jombang: CV. Nakomu. 2021.
- Irawan, Pristanto Ria, Abdillah Abdillah, dan Taryanto. “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Home Industry* Sandal Kulit Kandangwesi *Collection* Garut.” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3, no. 2 (2022): 61–68. Diakses pada 5 Oktober 2024. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/viewFile/13148/7290>.
- Ishaq, dan Adistiary Prayoga. “Kesadaran Halal dalam Minat Beli Produk Kue yang Belum Bersertifikat Halal.” *Prosiding Seminar Nasional Halal Awareness*, (2017): 1–7. Diakses pada 17 Desember 2024. https://www.researchgate.net/publication/334644050_kesadaran_halal_dalam_minat_beli_produk_kue_yang_belum_bersertifikat_halal_halal_awareness_on_purchase_intention_of_cake_products_that_have_not_been_certified_halal_study_case_in_bogor_city.
- JDIH BPK RI. *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Diakses pada 11 Desember 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/>. 2000.
- JDIH BPK RI. *Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. Diakses pada 11 Desember 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/>. 2014.
- Keller Kevin Lane, dan Vanitha Swaminathan. *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fifth Edition*. United Kingdom: Pearson. 2020.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Edisi Penyempurnaan 2019). Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. 2019.
- Kementerian Kesehatan RI. *Manfaat Probiotik bagi Kesehatan Pencernaan*. Diakses pada 11 Februari 2025. <https://lms.kemkes.go.id/>.
- Kementerian Keuangan. *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Diakses pada 10 Desember 2024. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomallut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>.
- Kementerian Keuangan. *Sertifikasi Halal: Kunci Peningkatan Daya Saing Produk Nasional*. Diakses pada 18 Juli 2025. <https://anggaran.kemenkeu.go.id/in/post/sertifikasi-halal-kunci-peningkatan-daya-saing-produk-nasional->.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga. 2012.

- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing Seventeenth Edition*. United Kingdom: Pearson. 2018.
- Lestari, Dini Fajar, dan Jihan Nur Azizah. “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Shopee di Kota Cilegon.” *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* 6, no. 1 (2023): 43–55. Diakses pada 5 Oktober 2024. <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1094&context=jabt>.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: UNIMMA Press. 2018.
- Menteri Agama Republik Indonesia. Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 Tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal. Diakses pada 19 Desember 2024. <https://kalteng.kemenag.go.id/file/file/HumasKalteng/wbyo1465943135.pdf>.
- Novita, Ade Dea, Agustina Mutia, dan Awal Habibah. “Pengaruh *Digital Marketing* dan Sertifikasi Halal Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Usaha Ilhamumtaza Jambi.” *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* 1, no. 5 (2023): 275–292. Diakses pada 5 Oktober 2024. <https://journal.staiypiqbaubau.ac.id/index.php/Mutiara/article/view/499>.
- Nugraha, Jefri Putri, et al.. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management. 2012.
- Pratama, I Wayan Adi, et. al.. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi. 2022.
- Rahayuningsih, Eka, dan M. Lathoif Ghozali. “Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 135–145. Diakses pada 19 Desember 2024. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1929>.
- Rahmi, Maisyarah. *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Palembang: Bening Media Publishing. 2021.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press. 2016.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish. 2020.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia. 2021.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian et al.. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2021.
- Simbolon, Siti Ena Aisyah, dan Nurul Wahida Hidayat. “Prosedur dan Problematika Sertifikasi Halal Di Indonesia.” *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 2, no. 1 (2021): 118–132. Diakses pada 11 Desember 2024. <https://ejournal.unia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/874/pdf>.
- Sopiyan, Pipih. “Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 2 (2022): 249–258. Diakses pada 24 Oktober 2024. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/1057>.
- Statista, *Pertumbuhan Pasar Yogurt*, diakses pada 11 Februari, <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/dairy-products-eggs/yogurt/indonesia>.

- Subkhan, Farid, dan Firqi Barrygian. “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Personality* terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 13, no. 1 (2024): 72–83. Diakses pada 30 Desember 2024. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/62101/25680>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sulistiyani, Riris Dewi, dan A’rasy Fahrullah. “Pengaruh Sertifikasi Halal, *Halal Awareness*, dan *Religiusitas* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di Kabupaten Lamongan.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 172–188. Diakses pada 30 Desember 2024. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/32822/12034>.
- Suliyanto. *EKONOMETRIKA TERAPAN: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2011.
- Suryahadi, Muchammad, H. Deden Mulyana, Yusuf Abdullah, dan I Made Chandra Mandira. “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Price*, *Digital Marketing*, *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion di Tasikmalaya).” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 7, no. 2 (2022): 125–141. Diakses pada 30 Desember 2024. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/3825/1194>.
- Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana, *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2022.
- TOP Brand Awards, *Top Brand Indeks Kategori Yogurt Tahun 2021 – 2024*. Diakses pada 5 Oktober 2024, <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Wulandari, Anna, dan Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta. 2024.
- Zannah, Khalimatul, Khalikussabir, dan Ita Athia. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Lawson Pahlawan Trip.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 14. no. 01 (2025): 271–281. Diakses pada 11 Februari 2025. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/26872>.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Jakarta: Yayasan Prima Agus Teknik. 2018.