DAFTAR PUSTAKA

Adianti, Siti Nurmaya, dan Febrima Ayuningrum. "Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." Jurnal Al-Fatih Global Mulia 5, no. 1 (2023): 45–56.

Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2020.

Arfah, Yenni. Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Fakultas Ekonomi et al. "Pengaruh Islamic Branding, Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Kosmetik Merek Lain ke Merek Mazaya (Studi Kasus: Pengguna Kosmetik Mazaya di Jabodetabek)." 2022

Hair, J., C. Ringle, dan M. Sarstedt. "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." Journal of Marketing Theory and Practice 19, no. 2 (2011): 139–151.

Halawa, Yarfika, et al. "Upaya Penanggulangan Kemiskinan di Tulungagung melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Universitas Bhinneka PGRI." Jurnal Sains Student Research 3, no. 1 (2025): 554–561. https://doi.org/10.61722/jssr.v3i1.3696.

Harjadi, Dikdik, dan Iqbal Arraniti. Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati Anggota, 2021.

Ihsan, Muchamad Nuril, dan Bambang Sutedjo. "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang." 24, no. 1 (2022): 170–176.

Indrasari. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Indonesia, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik. Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UMKM Tahun 2023. Jakarta: KemenKopUMKM, 2023.

Kementerian Agama Republik Indonesia. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Koontz, Harold, dan Cyril O'Donnell. Principles of Management. New York: McGraw-Hill, 2012.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. Principles of Marketing. Edisi ke-17. Harlow: Pearson Education, 2018.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2008.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. Management Marketing. 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. Marketing Management. Global Edition. Pearson Education Limited, 2016.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2021.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid 1. Alih bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks, 2007.

Lestari, dan Cahya. "Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unesa)."

Lestari, P., dan A. Naufal. "Pengaruh Brand Image dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa." Jurnal Ilmu Manajemen (2023): 22–33.

Lupiyoadi. Manajemen Pemasaran Jasa.

Maulidina, R., dan F. Yuliani. "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Minuman Ready to Drink." Jurnal Pemasaran Modern (2023): 50–61.

Maulidina, Salma, et al. "Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Customer Experience, Label Halal dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Avoskin." 8 (2025): 1–15.

Munthe, Asmaira, M. Yarham, dan Ridwana Siregar. “Peranan UMKM terhadap Perekonomian Indonesia.” Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi 2, no. 3 (2023): 593–614.

Nurjannah, S., dan M. Alfiansyah. “Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Produk Minuman Kekinian.” Jurnal Administrasi Bisnis (2023): 101–114.

Pengaruh Citra Merek et al. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Skincare The Originote di Kota Batam.” 25, no. 1 (2025): 28–40.

Pengaruh Pengetahuan et al. “Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Kepercayaan Mahasiswa terhadap Produk yang Berlabel Halal (Studi Kasus Makanan dan Minuman).” 10, no. 1 (2024): 68–78.

Precilla, N. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening.” Skripsi, UIN Suska Riau, 2025.

Putri, A., dan Y. Nugroho. “Pengaruh Brand Image, Label Halal, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian serta Kepuasan Konsumen Produk Teh Siap Minum.” Jurnal Manajemen Terapan (2024): 112–125.

Rahayu, D., dan A. Wibowo. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Chatime di Surabaya. Surabaya: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2021.

Ramadhani, S., dan M. Fauzan. Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kota Malang. Malang: Jurnal Ekonomi Syariah, 2022.

Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

Sanny, L., et al. “Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening.” Jurnal Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 3, no. 3 (2020).

Sari, Rini Noviana. Manajemen Pemasaran Produk Halal. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2021.

Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, dan Dian Marlina Verawati. "UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa." Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) 4, no. 2 (2019): 137–146.

Setyawati, R., dan L. Hidayat. "Pengaruh Citra Merek, Label Halal, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Minuman Boba di Yogyakarta." Jurnal Ekonomi Kreatif (2024): 56–68.

Sisrahmayanti, Tia, dan Muslikh. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen." Jurnal Fokus Manajemen Bisnis 12, no. 1 (2022): 54–65.

Sofyan, Syaakir. "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia." Jurnal Bilancia 11, no. 1 (2021): 33–59.

Sopiah, dan Etta Mamang Sangadji. Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016.

Stanton, William J. Fundamentals of Marketing. New York: McGraw-Hill, 2012.

Stoner, James A. F. Management. New Jersey: Prentice Hall, 2011.

Sudjana Budhi. Analisis Statistik Multivariate dengan Aplikasi SEM PLS SmartPLS 3.2.6. Yogyakarta: Expert, 2018.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sumardy, Karina Dewi, Nicholas Marpaung, dan Nana Dyki Dirbawanto. "Pengaruh Label Halal, Food Quality dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction." 1, no. 1 (2022): 39–49.

Suryana, Popo. "Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Konsumen sebagai Variabel Intervening (Survei pada Pelanggan Sariayu di Indramayu)." 7 (2023): 121–134.

Syalsabila, S. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Minuman Es Teh Poci." Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, 2023.

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Andi, 2023.

Utama, Gusti Bagus Rai. Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata: Dilengkapi Studi Kasus Penelitian. Yogyakarta: ANDI Anggota IKAPI, 2018.

Wahjono, Sentot Imam. Bisnis Modern. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2023.

WartaFranchise.com. "Teh Poci, Franchise Minuman Legendaris dengan Ribuan Mitra di Indonesia." WartaFranchise, 2023.