

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin, Dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1 ed. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Andriani, Adinda, Resti Hardini, dan Kumba Digdowiseiso. “*The Influence of Product Variations, Korean Wave, and Electronic Word of Mouth On NCT’s K-Pop Merchandise Purchase Decisions on Twitter Social Media In DKI Jakarta.*” *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal* 3, no. 3 (2023): 1209–18. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembishttps://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.3101218https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/310>.
- Antonius, Purwanto, Dan Mb Dewi Pancawati. “Bagaimana Memahami Perkembangan, Tren dan Lanskap Bisnis Kuliner Indonesia Kini?” Kompas.id, 6 Oktober 2024. o.
- Ariska, Vivi Dewi, Ayun Maduwinarti, dan Ute Chairuz M Nasution. “Pengaruh Cita Rasa,Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Bakery di Sidoarjo.” *Seminar Nasional Hasil Skripsi* 1, no. 1 (2022): 310–14.
- Aulia, Aisyah. “Industri Halal di Indonesia Didominasi Oleh Sektor Pangan, Alasannya?” Kumparan.com, 2024. <https://kumparan.com/aisyah-aulya/industri-halal-di-indonesia-di-dominasi-oleh-sektor-pangan-alasannya-22N8h3YIM7o>.
- Badan POM. “Rakor Relaksasi Perizinan Halal: Badan POM Dukung Penerapan Jaminan Produk Halal.” pom.go.id, 2020. <https://www.pom.go.id/berita>

/rakor-relaksasi-perizinan-halal:-badan-pom-dukung-penerapan-jaminan-produk-halal.

Bayu, Dendy Khresna, Gumoyo Mumpuni Ningsih, dan Livia Windiana. “The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks.” *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 16, no. 3 (2020): 239–56.

“Data Laporan Akhir UMKM Bappeda,” 2023. https://asik.palembang.go.id/uploads/Laporan_Akhir_Umkm_1e4a4905f2.pdf.

Dewi, Bisma Indrawan Sanny dan Rina Kaniawati. “Pengaruh *Net Interest Margin* (NIM) Terhadap *Return On Asset* (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013-2017.” *E-Bis (Ekonomi Bisnis)* 4, no. 1 (2020): 82. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/jurnal-e-bis.v4i1.239>.

Drummond, Karen Eich dan, Lisa. M Brefere. *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals. 8 th Edition. John Wiley and Sons Inc*, 2014. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ZY9JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=culinary+nutrition&ots=Nqmxw4Yer3&sig=t6QM7rYn6gkl npsHHhacv_C9o%0Ahttps://repository.stikespersadanabire.ac.id/assets/upload/files/docs_1714612493.pdf.

Elliyana, Ela. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Diedit oleh Yayuk Umayu. Vol. 1. Malang: Ahlimedia Press, 2022. www.ahlimediapress.com.

et al, Dino Sapta Prasetyo. “*The Influence Of Product Design And Product Variation On Purchasing Decisions At Distro Kiddrock Arjawinangun*” 7,

- no. 3 (2024): 5836–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.310>.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. 1 ed. Sleman: Deepublish, 2018.
- Fuadi, Dkk. “Pengaruh Labelisasi Halal, Pelayanan Islami dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sate Apaleh Kabupaten Bireuen).” *Jurnal EMT KITA* 8, no. 2 (2024): 767–73. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2425>.
- Genoveva, Genoveva, dan Nadira Noor Utami. “*the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic*.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>.
- gobiz.co.id. “10 Cara Untuk Menghadapi Pesaingan Usaha,” 2023. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/cara-untuk-menghadapi-persaingan-usaha/>.
- Gonie, Lea Christy Putri Fensy, Dkk. “Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 4 (2022): 224–32.
- Gunawan, Go Liana Chayani. “Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.” *Performa* 5, no. 2 (2021): 168–69. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>.
- Gustanto, Edo Segara. “Teori Masalah dalam Ekonomi Islam.” Kumparan.com, 2024. <https://kumparan.com/edo-segara-1631670379140068854/teori-maslah>

ah-dalam-ekonomi-islam-22QNRg4alpI.

Harbani, dan Rahma. “Apa Arti Makanan halal dalam islam? Ini Penjelasan dan Contohnya.” *detiknews*, 2021.

Hasan, Suci Wulandari, Dkk. “Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Yappay Di Sungguminasa.” *Nobel Management Review* 4, no. 1 (2023): 131–41.

Hasil Observasi dengan Objek (2024).

Hidayat, Muhamad Syahrir. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik.” *Performa* 6, no. 4 (2021): 360–69.
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>.

Iltiham, Muhammad Fahmul, dan Muhammad Nizar. *Label Halal Bawa Kebaikan*. 1 ed. Pasuruan: Fakultas Agama Islam UniversitasYudharta Pasuruan, 2019.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 1 ed. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Ismunandar, Dkk. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kota Bima.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2 (2021): 161–66.

Jefri, Jefri, dan Herry Widagdo. “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Candy Kapten A.Rivai Palembang.” *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* 3, no. 1 (2021): 37–49. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1614>.

- Juliandra, Armi. “Pengaruh Labelisasi Halal, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji KFC Giant Metropolitan City Pekanbaru.” UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
- Kaffah, Dasri Silmy. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker’s Queen Sekayu.” UIN Raden Fatah Palembang, 2019.
- Kalsum, Ummu, dan Sudarto Usuli. “Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh.” *Jurnal EKOMEN* 21, no. 1 (2021): 58–68.
<https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/428>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. “Arti Kata Label.” kbbi.web.id. Diakses 13 Oktober 2024. <https://kbbi.web.id/label>.
- kemenperin.co.id. “Lembaga Pemeriksa Halal,” 2023. <https://bspji-palembang.kemenperin.go.id/lph>.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Listyarti, Indra. “Pengambilan keputusan investasi Investor di pasar modal indonesia ditinjau dari Teori reasoned action.” *Journal of Business & Banking* 7, no. 2 (2019): 237–50. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1461>.
- Mardiansyah, Lefi dan Sri Ekowati. “Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.” *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* 5, no. 1 (2024): 234–47.
<https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5967>.

- Melda, Dkk. “Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pabrik Lia Jaya Kerupuk Di Desa Talang Pauh Kabupaten Bengkulu Tengah” 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Muhammad Risqi Maulana, Muhammad Taufiq Abadi. “Pengaruh Brand, Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Tanda Tanya *Coffee* Pekalongan.” *Jurnal Kajian Akuntansi dan Keuangan* 2, no. 1 (2022): 9–15.
- Muidigital. “Label Halal.” mui.or.id. Diakses 13 Oktober 2024. <https://www.mui.or.id/baca/pertanyaan/114d7c1a-b7bd-48bf-a41e-16dcf1728fc6>.
- Mulyadi, Mohammad Noorman. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 10, no. 3 (2022): 511. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>.
- Mutiara, Sri, Rahmad Solling Hamid, dan Ahmad Suardi. “Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2021): 415. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>.
- Nisa, Afifah Fathiin Lu’lu’in. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Di Waroeng Spesial Sambal ‘Ss’ Condongcatur Timur.” *Jurnal Pendidikan Teknik Boga* 1 (2018): 2.
- Nur, Cahyati Anisa, dan Fikriyah Khusnul. “Pengaruh Label Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur.” *Ekonomika dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2024): 93.

- Nurlia, Titim, Supadi Bambang Sutrisno, Feri Sanjaya, Mela Ristiana, dan Nida Nafida. "The Influence of Taste , and Promotion Decisions to Purchase Indomie Instant Noodles" 5, no. 1 (2024): 149–54.
- Peburiyanti, Desi, dan Sabran Sabran. "Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong." *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 20, no. 1 (2022): 29–39. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>.
- Permana, Gigih Afriadi, dan Yosi Afandi. "Pengaruh variasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian grosir oleh konsumen di Melyn ATK Sukses Trenggalek." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 2 (2021): 233–36.
- Priambudi, Qobus Rayhaan Al Awaludin, dan Abdul Yusuf. "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Cabang Karawang." *Economic Reviews Journal* 3, no. 3 (2024): 1239–46. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.284>.
- R/indonesia. "Muslim komodos, seberapa peduli kalian dengan label halal pada makanan/minuman atau restoran?" reddit, 2023. https://www.reddit.com/r/indonesia/comments/10b779i/muslim_komodos_seberapa_peduli_kalian_dengan/.
- Rachmadani, Lisa Dwi, dan Ugy Soebiantoro. "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2022): 3. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>.
- Rahayu, Suci. "Meraup Cuan Dari Usaha Pempek." rri.co.id, 2024.

- <https://rri.co.id/index.php/daerah/1014314/meraup-cuan-dari-usaha-pempek>.
- Rahmi, Maisyarah. “Maqasid Syariah Sertifikasi Halal.” *Bening Media Publishing*, 2021, 1–174. https://www.google.co.id/books/edition/Maqasid_Syariah_Sertifikasi_Halal/ezqoEAAQBAJ?hl=en&gbpv=0.
- Rilza Yusifa Wanda, dan Nurainun. “the Influence of Taste, Price and Brand Image on Purchase Decisions At Threatened Ayam Restaurants in Medan.” *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research and Technology (IJSET)* 2, no. 8 (2023): 258–68. <https://doi.org/10.54443/ijset.v2i8.181>.
- Rochaety, Ety dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. 2 ed. Bogor: MItra Wacana Media, 2019.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Salwa, Dina Kurnia. “Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2019): 173. <https://doi.org/https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.
- Setiawan, Cruisietta Kaylana, dkk. “*The Body Shop* Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo).” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, no. 1 (2020): 4.
- Siahaan, Elvira Andriani Poetri dan Shinthon. “Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan” 7, no. 1 (2024): 390–403. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/1464/810>.

- Sijabat, Dian Mardiana dan Rosdiana. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 1 (2022): 10. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>.
- Sindonews.com. “QS. Al-Baqarah Ayat 168.” Sindonews.com, 2024. <https://kalam.sindonews.com/ayat/168/2/al-baqarah-ayat-168>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Diedit oleh Sutopo. 2 ed. Bandung: ALFABETA, 2020.
- Tafsir Web. “Surat Al-A’raf Ayat 31.” Diakses 13 Oktober 2024. <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>.
- Tafsir Web. “Surat Al-Baqarah ayat 168.” tafsirweb.com, n.d. <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>.
- TafsirQ. “Surat Al-Baqarah Ayat 168.” tafsirq.com, n.d. <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168#tafsir-jalalayn>.
- TafsirWeb. “Surat Al-Zalzalayah Ayat 7-8.” Diakses 26 Juli 2024. <https://tafsirweb.com/37718-surat-az-zalzalayah-ayat-7-8.html#arrow-down>.
- Tua, Wahyu Sahala. “Kalahkan Sushi, Pempek Dinobatkan sebagai Seafood Terenak Nomor 3 di Dunia.” beritasatu.com, 2024. <https://www.beritasatu.com/lifestyle/2826103/kalahkan-sushi-pempek-dinobatkan-sebagai-seafood-terenak-nomor-3-di-dunia>.
- Uliya, Zahrotul, Trian Zulhadi, dan Mahyarni. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen di Kota Bengkalis).” *MONEY: Journal of*

- Financial and Islamic Banking* 1, no. 2 (2023): 44–52. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/MONEY/article/view/10588>.
- Utami, Mutiara Gunawan, Dkk. “Analisi Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja Menggunakan *Theory of Reasoned Action*.” *Maksipreneur* 13, no. 1 (2023): 76–77. <https://doi.org/DOI>: <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1058>.
- Wahyuning, Sri. *Dasar-Dasar Statistik*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- Wibowo, Dwi Edi, dan dan Benny Diah Mandusari. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan.” *Indonesia Journal of Halal* 1, no. 1 (2018): 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>.
- Widakdo, R C, U Nadhiroh, dan ... “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Sultan Kediri.” *Musytari: Neraca ...* 1, no. 5 (2023). <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/528%0Ahttps://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/download/528/519>.
- Wijaya, Surya Adi, dan Sri Padmantyo. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan.” *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis* 21, no. 2 (2023): 161–68. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>.
- Winosa, Yosi. “Begini Tantangan Bisnis Kuliner di Tahun 2024 Menurut Pelaku Usaha.” *Akurat.co*, 2024. <https://www.akurat.co/rill/1304388910/begini->

tantangan-bisnis-kuliner-di-tahun-2024-menurut-pelaku-usaha.

Yadav, Sourabh. “Faktor Situasional: Definisi dan Contoh.” HelpfullProfessor.com, 2023. <https://helpfulprofessor.com/situational-factors/>.

Yuliati, dan Anisa Khuswatun. “Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo).” *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS 5* (2022): 343. <file:///C:/Users/dell/Downloads/1133-2171-1-SM.pdf>.

Yusufpati, Miftah H. “Allah Berfirman, Makan dan Minumlah dan Janganlah Berlebih-lebihan.” Sindonews.com, 2020. <https://kalam.sindonews.com/read/15531/69/allah-berfirman-makan-dan-minumlah-dan-jangan-berlebih-lebihan-1588489507>.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.