

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y. dan Chok, N. V. (2013). *The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: a structural equation modeling approach*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25 No. 1, 1–23.
- Afnan, M Khoirul (2022) Pengaruh Sertifikasi, Kesadaran dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Geprek Sa'i Salatiga).
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik (bps.go.id)
- Bilgin, Y. (2018). *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty*. *Business & Mangement Studies*. Vol. 6, No. 1. E-ISSN 2148-2586. doi: 10.15295/bmij.v6i1.229
- BPJPH. (2022). Sekilas Tentang BPJPH. Diambil 19 Juni 2022, dari halal.go.id
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 379-388.
- Budiman, F. S. & M. (2014). *The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase*. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4 no. 1.
- Corradini, S, A, S, Madrona, G, S, Visentain-er, J, V, Bonafe, E, G, Carvalho, C, B, Roche, P, M, Prado, I, N. 2014. *Senso-rial and fatty acid profile of ice cream manufactured with milk of crossbred cows fed palm oil and coconut fat*. *Journal of Dairy Science*. 97(11):6745-6753
- Chaniago, H., & Khare. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store *Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers*
- Danang, S. (2012). *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Alfabeta.

- Darojat, A., T. (2020). *Effect of Product Quality, Brand Image and Lifestyle Against Buying Decision. Journal of Management Science*. Vol. 3, No. 2, pp 51-57. E-ISSN 2684-9747
- Desideria, V., & Wardana, M., I. (2020). *The Role of Brand Image Mediates the Effect of Promotion on Purchasing Decision. American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. Vol. 4, No. 2, pp 192-200. EISSN 2378-7038
- Desy, & Rahmat. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5.
- Defry, Y. (2020). ... Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (Lppom Mui) Provinsi Lampung Pada Label Halal Sebuah Produk. Md.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya) (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Durianto. (2004). Strategi menaklukan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. cetakan ketiga. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Euromonitor*.  
<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/penjualan-es-krim-di-indonesia-capai-us410-juta-pada-2022>
- Fatmawati, T. R. P. & I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. Vol 8 No1
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (*planning & strategy*). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah., A. (2011). Nilai-nilai Pendidikan Karakter Islami dalam Novel Bumi Cinta Karya Habibirrahman El Shirazy. UIN Sunan Kalijaga.

Ghozali, P. H. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 (9th ed.). Badan Penerbit - Undip.

*Global Religious Futures*. (2020).

[http://www.globalreligiousfutures.org/countries/indonesia#/?affiliations\\_religion\\_id=0&affiliations\\_year=2020&region\\_name=AllCountries&restrictions\\_year=2016](http://www.globalreligiousfutures.org/countries/indonesia#/?affiliations_religion_id=0&affiliations_year=2020&region_name=AllCountries&restrictions_year=2016).

Gunawan, N. F. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada *Two Good Bakery*. Jurnal Mitra Manajemen, *halalmui.org*. (n.d.).

<http://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>.

<https://katadata.co.id/rezzaaji/ekonopedia/63aa6b1704b8b/profil-mixue-perusahaan-es-krim-dan-teh-tiongkok-yang-aktif-ekspansi?page=2>

<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/01/05/161600682/-klarifikasi-halal-atau-tidaknya-es-krim-mixue?page=all>.

Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Caps Publishing.

Hasan, K.N.S. 2014. Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. Jurnal Dinamika Hukum. 14(2): 227-238.

Hayani, N. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim Di Pekanbaru. Jurnal Al-Amwal, 8.

Hosanna, M. A., & Nugroho, S. A. (2018). Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan. Jurnal Hukum Adigama, 1(1), 511.

I Ngurah, G, Wahyu, C. (2020). "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotoqua Di Badung Bali. Volume 4:1.

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MOJOKERTO. Maker: Jurnal Manajemen, 6(1), 31-42.

- Isa, M., Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–15.
- Iswara, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian.(Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jalaludin. 2010. Psikologi Agama. Jakarta: Rajawali Press.
- Jamal, A., & Sharifuddin, J. (2015). Perceived value and perceived usefulness of halal labeling: The role of religion and culture. *Journal of Business Research*, 68, 933–941.
- Karimah, I. 2015. Perubahan Kewenangan Lembaga-Lembaga yang Berwenang dalam Proses Sertifikasi Halal. *Journal of Islamic Law Studies, Sharia Journal*. 1(1): 107-131.
- Kotler, P., & Gary, A. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L.K. (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. New York City: Pearson.
- [LPPOM MUI] Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia. Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI periode 2011-2018: [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/59/1368/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/59/1368/page/1). [Februari 2024].
- [LPPOM MUI] Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia. Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI

2008. <http://www.halalmui.org/images/stories/pdf/sjh-indonesia.pdf>. [Februari 2024].
- Lubis, A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Mahmudah, A. (2017). *ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SANTRI DI PESANTREN AL-HIKMAH TUGUREJO SEMARANG*. UIN Walisongo.
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120.
- Michael., Alamsyah, R., A., Albert., & Hartanto, A. (2021). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decision. *Jurnal Mantik*. Vol.5, No.3. E-ISSN 2685-4236
- Momentum Works*.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>.
- Mustofa, I., & Nurfadillah, M. (2021). Analisis Pengaruh Price Earning Ratio dan Earning Per Share terhadap Return Saham pada Sub Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Borneo Student Research*, 2(2), 1460–1468.
- Najmudin & Syihabudin (2021), *Religiosity and Halal Certification: Its Effect on Interest in Buying Traditional Food*. Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam Volume 6 (No.2 2021)
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*
- Nazir, M., (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Nukha, Z. U., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, 117 Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Herbal HPAI di Kecamatan Poncokusumo). *Jiagabi*, 10(1), 75–84.
- Nurul Hidayah, K. N. (2019). *pengaruh religiusitas dan brand awareness aqua terhadap keputusan pembelian aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam (febi) iain ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Nusrai, H., H., Amin, S., Rommy, A., & Nofal, Y. (2018). Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision. *IOSR Journal of Business Management*. Vol. 20, No.8, pp 76-81, E-ISSN 2278-4781
- Pertiwi, Syafira Kurnia (2020) Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Mie Kudus Malang). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Republika.co.id*.(2019).  
<https://republika.co.id/berita/px87f3383/perbedaanstandar-produk-halal-menjadi-isu-ekspor-negara-oki>.
- Rakhmawati, A. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya). *Sketsa Bisnis*, 5(2), 123–132.
- Rumengan, N.A., Tawas, N.H., & Wenas, S.R. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Strategi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2): 684-694.
- Sakita Laksmi Dewi & Ida Bagus Putu Purbadharmaja. (2013). Pengaruh PAD, PMA dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Bali. 492.
- Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37.
- Sari, P. S., & Salmah, N. N. A. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Baju Karate Merek Arawaza di Kota

- Palembang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 2, 411–418.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.184>
- Sari, Y. (2012). “*Religiuisitas Pada Hijabers Community Bandung.*” *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi dan Humaniora.*
- Sekaran, Uma. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N., J. (2013). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Setiono, S. A., & Holili, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Percetakan Ud. Prisma Jember. *Majalah Ilmiah DIAN ILMU*, 15(2), 53–68.
- Sofyan, K. H. dan. (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Dinamika Hukum*, 14, 230.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian (Kombinasi).* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Alfabeta
- Sugiyono, W., E. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sukawati, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190-200.
- Terjemahan Kemenag 2019  
[https://lajnah.kemenag.go.id/unduh/quran-kemenag.](https://lajnah.kemenag.go.id/unduh/quran-kemenag)
- Tafsirweb.com/surat-asy-syuara-ayat-181-183  
[https://tafsirweb.com/6591-surat-asy-syuara-ayat-181-183.](https://tafsirweb.com/6591-surat-asy-syuara-ayat-181-183)
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre.*  
[https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia\\_terbesar-di-dunia-pada-2022.](https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia_terbesar-di-dunia-pada-2022)
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Index Perkembangan Es Krim Berbagai Merek  
[https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandingkan?idaward=1&id-kategori=2&id-subkategori=85.](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?idaward=1&id-kategori=2&id-subkategori=85)

- Virawan, Wayan Adi, 2013, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian , Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI) vol 2 Edisi IV
- Wulandari, Sri. 2021. “Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo).” Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara 4(1):41
- Yazid, A. S., Ariffin, J., Awang, Z., Dud, W. N. W., Zainol, F. A., Salleh, F., & Hamid, N.A. (2017). “Does Education Moderates the Relationship Between Decision of SPEC sports shoes perception.” International Journal of Supply Chain Management, 6(4), 199-207.