

DAFTAR PUSTAKA

- Abduallah, K., Jannah, M., Aiman, U., Taqwim, Ariawan, M. K., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: 2022. <https://idr.uin-antasari.ac.id/26655/9/Daftar%20pustaka>
- Aditi, B. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan UMKM di Kotra Medan. Diambil kembali dari <https://osf.io/ym4fz/download>
- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. Michigan: Free Press.
- Afnantama, H. (2023). Pusat Oleh-Oleh Kota Madiun dengan Pendekatan Arsitektur Ikonik. Diambil kembali dari <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/15566>
- Agusningtyas, C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Whitelab dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Boyolali). doi:10.61132
- Agustiyani, N. R., & Yusa, V. D. (2023). Pengaruh Halal Awareness dan Social Media Marketing terhadap Minat Beli Pada Mixue. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. Diambil kembali dari 10.61132
- Ahmad , N. A., Abaidah, T. N., & Yahya, M. H. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang Valley. *In The 4th International Conference on Business and Economic Research (4th icber 2013) Proceeding* . https://www.academia.edu/download/35503039/malay_muslim_awareness_Halal.
- Ainulqulbi, A. I. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pengajuan Sertifikasi Halal pada Usaha katering di Kota Malang. 1-106. Diambil kembali dari <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/3817>
- Ainun, H., & Muslich, I. (2022). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Niat Beli dan Niat WOM pada Situs Social Commerce Kecantikan di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan manajemen*. Diambil kembali dari <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/26802>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planer Behavior . *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074959780300089X>

- Almaidah, S. (2018). Strategi Bersaing Melalui Manajemen Merek dan Perbaikan Kemasan Produk Wingko Baat pada UMKM Kelurahan Babat Kabupaten Lamongan. Diambil kembali dari <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sndms/article/view/2444>
- Amala, S., & Budimansyah. (2021). Pengaruh Penggunaan Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Halal Safi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*.
- Apriyani, N., & Suharti. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1-13.
- Arifa, Q. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen wardah kosmetik komplek pondok pesantren Mulungan wetan, Mlati, Sleman, DIY). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1-11. Diambil kembali dari <https://www.neliti.com/publications/299932/analisis-pengaruh-iklan-celebrity-endorser-dan-citra-merek-terhadap-minat-beli-w>
- Aristayasa, K., Mitariani, N. E., & Atmaja, N. C. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen. 1-14. doi:10.36002
- Arthana, Y., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking Model Kombinasi Teknologi Acceptance dan Teory Of Planner Behavior . 1-20.
- Aulia, N. A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan kemasan Produk Halal. doi:10.60067
- Awalia, P. (2023). Persepsi Konsumen terhadap Produk yang Memiliki Jaminan Halal pada Produk Skincare Y.O.U. 1-103. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/8169/1/Putri%20awalia>.
- Awam, H., Siddiquei, A., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention: Evidence from Pakistan's Halal food sector. doi:10.1108
- Azizah, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli dengan labelisasi Halal sebagai Variabel Moderating. 1-115. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/13679>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Lamongan Dalam Angka 2024*. Diambil kembali dari Badan pusat Statistik 2024: <https://lamongankab.bps.go.id/id>

- Badan Pusat Statistik. (2024, Januari 22). *Penduduk Kabupaten Lamongan*. Diambil kembali dari <https://lamongankab.bps.go.id/indicator/12/49/1/penduduk-kabupaten-lamongan.html>
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teory Hirarki Kebutuhan Maslow terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Strategi Pemasaran*.
- Budiman, F. (2017). Pengaruh Sharia Compliance dan Islamic Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2016.
- Burhanuddin. (2011). Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal. 140-142.
- Caraka, G. P. (2015). Peran Karakteristik dan Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Pakaian Melalui Instagram. *Manajemen*.
- Cindy, F. (2022). Implikasi Sertifikat Halal Produk dalam Sakralisasi Agama di Indonesia. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 97-108.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. 1-16.
- Desmayonda, A., Ferlina, A., & Trenggana, M. (2019). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Dewiga, P., Sudarno, & Prahutama, A. (2015). Penerapan Pengendalian Kualitas Jenis Variabel pada Produksi Makanan (Studi Kasus pada Baprik Wingko Babat Cap "Moel" Semarang).
- Elvina, A., Fa'ad, I., & Warsido. (2020). Pengaruh Pelayanan Kualitas Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Minimarket Arina Mart Payaman Solokuro. *Journal of Economics, Management, and Business Research*, 1-23.
- Faradhillah, N. A. (2021). Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. 1-137. Diambil kembali dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59610>
- Fauziyah. (2012). Perilaku Komunitas Muslim dalam Mengonsumsi Produk Halal di Provinsi Bali. *Harmoni*, 1-14.

- Fauziyah, h., Widiawati, & Asih, V. S. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Produk bagi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1-9.
- Fay, W. (1994). Hierarki Efek Model Dampak Komunikasi Pemasaran. doi:10.29313
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *Endocrinology Metabolism*. doi:10.5812
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. R. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli konsumen. *Jurnal Emba Review*. doi:10.17107
- Hair, J. J., Anderson, R. L., Tatham, & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis, Englewood Cliffs*. NJ: Prentice Hall.
- Hakiye, A. (2023). The Influence of Halal Awareness, Halal Certificate, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Attitude and Trust on Purchase Intention of Culinary Products Among Muslim Consumers in Turkey. *International Journal Gastronomy and Food Science*. doi:10.1016
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken. *E-journal*.
- Hamzah, Z. (2019). pengaruh Merek Terhadap Minat Beli Produk Smartphone pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Makassar.
- Hanifah. (2023). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah. 1-122. doi:10.46745
- Hanifah, G., Khanifa, N. K., & Ariono, I. (2014). Korelasi Label Halal Produk Kosmetik terhadap Minat Beli Konsumen Perspektif Masalah. *Syariat : Jurnal Studi AlQuran dan Hukum*, 161.
- Harfania, F. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential, Marketing, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang (studi kasus pada restoran ayam geprek sa'i Yogyakarta)*, 1-11.

- Hayani, N. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal Vol. 8, No. 1*, 1-14. doi:10.28608
- Helim, A. (2019). *Maqashid Al-Syariah dan Usul Fiqh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendiswara, B. (2014). *BSN Bersama Stakeholder Bahas Perkembangan Sertifikasi Halal di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://bsn.go.id/main/berita/detail/5006/bsn-bersama-stakeholder-bahas-perkembangan-sertifikasi-halal-di-indonesia>.
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta.
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *jurnal pariwisata*. doi:10.30647
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Smartphone Samsung di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image terhadap keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di makassar. 37-43.
- Indah. (2022, Juni). *Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori "Self Declare"*. Diambil kembali dari Kementrian Agama Kabupaten lamongan: <https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotsself-declarequot-4b6skv>
- Indonesia. (2016). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Jakarta: Sekretaris Negara.
- Intani, A. P. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas, dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Bakpia Kurnia Sari: Dengan Mediator Kesadaran Halal.
- Irawati. (2023, Juni). *Tingkat Konsumsi Masyarakat RI Sudah Meningkat Dibanding Sebelum Pandemi*. Diambil kembali dari InfoBankNews: <https://infobanknews.com/tingkat-konsumsi-masyarakat-ri-sudah-meningkat-dibanding-sebelum-pandemi/>
- Izzuddin, A. (2018). Influence Halal Label, Halal Consciousness and Food Materials to Interest Buy Curinary Food Jember. *In Proceeding at 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.

- Izzudin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 287-294. Diambil kembali dari <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PEKED/article/view/1297>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variabel pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Jasin, H., Mijiatun, S., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah manajemen dan Bisnis*.
- Kamaludin, & Sulistiyono. (2010). Kualitas Produk sebagai Faktor Penting dalam Pemasaran Ekspor pada PT. Eurogate Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan*.
- Kapferer, J. N. (2004). The New Strategic Brand management.
- Karimah, I. (2018). Perubahan kewenangan lembaga-lembaga yang berwenang dalam proses sertifikasi halal. *Journal of Islamic Law Studies*.
- Khamaludin, K., Vizano, N. A., & Fahlevi, M. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pada Makanan Halal. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 441-453.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta Eirlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumala, O. B. (2012). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada Tune Hotels Kota Bali. 1-137.
- Kurniawati, Agustina, D., & Savitri, H. (2020). Awareness Level Analysis of Indonesian Consumers toward Halal Products. *Journal of Islamic Marketing*, 522-546. doi:10.1108
- Kusumaningtyas, D. P., Maf'ula, F., Arrozi, F., & Syahidin, M. R. (2024). Urgensi Sertifikasi Halal dan Dampaknya Terhadap Umkm: Studi Kasus Pada Umkm Sedap T-Rasya Lamongan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1-13. doi:10.47686
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Pengaruh Presepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online saat pandemi Covid 19 pada Masyarakat Milenial di Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*.
- Lailla, N., & Tarmizi, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*.

- Lajnah Pentashihan Mushaf Al Quran. (2019). *Al Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Lamongan Perluas Pasar Hingga Kancah Internasional. (2023, Maret). Diambil kembali dari Lamongan Megilan: <https://lamongankab.go.id/beranda/portal/post/8725>
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online . *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Lestari, S. I. (2021). Pengaruh Price and Produk Quality terhadap Minat Beli Produk Farly Shop dalam Perspektif Bisnis Islam.
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahida, H. S., & Hernianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram dan E Wom terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal IPTEKS*, 1-15. doi:10.32528
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan Indihome.
- Man, S., & Yahya, Z. A. (2014). *Halalkan Makanan Kita*. Malaysia: PTS Islamika SDN.BHD. Diambil kembali dari <https://www.proquest.com/openview/5c98fb74b10ad1fe8dffdd97c40523fe/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Maula, F. H. (2022). Pengaruh Halal Awareness, Gaya Hidup, Brand Ambassador, Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Preferensi Sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Lumajang. 1-213.
- Maulana, A. S. (2016). pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*. doi:10.78663
- Mayer, R., & Davis, J. (2014). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 1-27.
- Maziyah, S., & Indrahti, S. (2019). Kuliner Tradisi Masyarakat Desa Tegalsambi dan Upaya Pelestariannya. *Undip*.
- Meilani, C. Y., & Simanjutak, S. (2012). faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah kabupaten Tangerang.
- Melis. (2016). Pemikiran Tokoh Ekonomi Muslim: Imam Al-Syaitibi.
- Mirella, N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farel, M. H. (2022). faktor yang memiliki Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi

- Harga. *Jurnal Manajemen Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 2716-3768. doi:10.38035
- Muataqiim, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Ulang. 1-96. doi:10.28682
- MUI. (2022). *Majelis Ulama Indonesia*. Diambil kembali dari halalmui.org.
- Mumtaz, N. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Kota Malang). Diambil kembali dari <https://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/download/19306/14507>
- Muslimah, A. N., Hamdani, H. I., & Irfani, F. (2018). Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi halal terhadap Minat Beli Pelanggan. 1-17.
- Muslimah, A. N., Hamdani, I., & Fahmi, I. (2018). Pengaruh Brand Image Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Pelanggan. *Al-Amwal*. Diambil kembali dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=907168&val=14288&title=pengaruh%20brand%20image%20dan%20sertifikasi%20halal%20terhadap%20minat%20beli%20pelanggan%20studi%20kasus%20superkue%20bogor>
- Mustion, S., Nofriani, O., & Wulandari, N. A. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal, Influencer dan Asal Produk, terhadap Minat Beli Produk Skincare SAFI di Kota Padang. *Jurnal Riset Entrepreneurship*.
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian (1st ed.)*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Diambil kembali dari [//efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://repository.poliupg.ac.id/id/eprint/49/1/Untitled](http://efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://repository.poliupg.ac.id/id/eprint/49/1/Untitled)
- Nurekiana, D. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Pangan di Kota Bengkulu. 154-166. Diambil kembali dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1110653&val=16742&title=implementasi%20sertifikasi%20halal%20pada%20produk%20pangan%20di%20kota%20bengkulu>
- Nurhayati, & Haidar, H. (2019). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*. doi:10.1108

- Nuriyanti, A. (2023). Peran Islamic Branding Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. 1-80.
- Pambudi, N. F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening .
- Pambudi, N. F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan labelisasi Halal terhadap Minat Beli dan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. Diambil kembali dari <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/28669>
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, dan Religiusitas terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin of Management and Business*, 1-11.
- Powa, G. A., Lopian, J., & Wenas, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Mahasiswa FEB UNSRAT. *EMBA*.
- Pramintasari, R. T., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh keyakinan Religiusitas, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal. *Jurnal manajemen Bisnis*. Diambil kembali dari <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922>
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*. Diambil kembali dari <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1839>
- Prasitiyani, M., & Suhartono. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Pratama, K. A. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kemasan, dan Harga Terhadap Minat Beli Tiwul Instan. 1-12. Diambil kembali dari <http://eprints.universitaspurabaya.ac.id/id/eprint/880>
- Prawira, B., & Yasa, N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. 3642-3658. doi:12.253856
- Putri, V. A. (2023). pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Minat Generasi Z Membeli Kuteks Halal Miniso. 1-132. Diambil kembali dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73593>

- Rakhmawati, A., Kusumawati, A., Rahardjo, K., & Muhammad, N. (2020). The Role Of Government Regulation On Sustainable Business And Its Influences On Performance Of Medium-Sized Enterprises. *Journal of Sustainability Science and Management*, 330.
- Ramlan, & Nahrowi. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis* 145, 146-154.
- Rifah, S. (2022). Optimalisasi Wisata Halal Di Pantura Lamongan Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Di Era New Normal. *Jurnal Shariah of Economics*. doi:10.58518
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish. doi:10.5580
- Rofifah, R. (2020). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control, dan Kualitas produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Bersertifikasi Halal. 1-148.
- Runturunu, G. J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. 1-11. doi:10.35794
- Rusydiana, A. S., & Marlina, L. (2020). Analisis Sentimen terkait Sertifikasi Halal. *Journal of Economics and Business Aseanomics*.
- Saifudin, & Kusumawati, D. (2020). Pengaruh Presepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid 19 Pada Masyarakat milenia di Jawa Tengah . *JAB*.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 194. doi:10.30596
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harda dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. doi:10.31955
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen . 147-155. doi:10.32956
- Sarwopeni, S. D., & Saraswati, U. (2021). Keberadaan Wingko Babat Kuliner Khas Semarang Tahun 1946-2019. *Journal of Indonesian History*. doi:10.15294
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 56. doi:10.15575

- Setiawan, M. (2015). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen. 1-13. Diambil kembali dari [Pengaruh+Media+Sosial+terhadap+Minat+Beli+Konsumen+.+1-13.&btnG=](#)
- Sholeh, R. (2018). Proses Hierarcy Effect Model dalam Komunikasi Pemasaran. 1-54.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan, Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023). Strategi SWOT Untuk Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*. doi:10.25078
- Siregar, N., & Faradillah, H. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. 99-140.
- Sufi, I. T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Wingko (Studi Kaus pada UKM Wingko Asli Abang Putra Lamongan). 1-15. Diambil kembali dari <http://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/7>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, dan R&D*. Alfabeta. Diambil kembali dari [Metode+Penelitian+Kuantitatif%2C+Kualitataif%2C+dan+R%26D.+Alfa+beta&btnG=](#)
- Suwito, A. (2007). Pengaruh Sikap terhadap Merek dan Sikap terhadap Iklan pada Minat Beli Konsumen. Diambil kembali dari <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/1877>
- Syafualloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening . *Jurnal manajemen dan Bisnis Informatika*.
- Tamara, A. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. 1-82. Diambil kembali dari <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/18011>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality, dan Satisfaction. Dalam Andang. 2019. doi:10.14710
- Toban, C., & Sjahrudin, H. (2016). The Antecedent and Consequence of Organizational Commitment and Job Satisfaction. *Journal of Business and*

- management Sciences*. Diambil kembali dari [//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7)
- Ujia, N., Munawaroh, S., & Mawardi, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Online. 1-10.
- Ummah, A. C., & Syamsul Hilal, M. B. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/3215>
- Ustanti, M., Inayah, N., & Yahya, U. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Membeli Pada Produk Makanan Di Toko “Rizquna” Blokagung Karangdoro Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3. Dipetik Oktober 07, 2022, dari <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1659>
- Wijaya, A. T. (2021). Analisa Pengaruh Inovasi Varian Produk dan labelisasi Halal Intention to Buy Produk Mie Samyang Melalui Variabel Intervening Citra Merek. 1-87. doi:10.26847
- Wijaya, R., & Nugroho, A. J. (2022). Mengetahui Kualitas Produk dan Merek Produk terhadap Minat Beli pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. doi:10.53625
- Wijayanto, I. H., Suryono, A., & Sukanto. (2013). Pengembangan Pariwisata dalam Pengembangan Reinventing Government Studi di Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lamongan. *JAP*. Diambil kembali dari <https://www.neliti.com/publications/75560/pengembangan-potensi-pariwisata-dalam-perspektif-reinventing-government-studi-di>
- Wingko. (2018, Januari 1). Diambil kembali dari Warisan Budaya TakBenda Indonesia : <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=737>
- Zailani, Z., Omar, A., & Kopong, S. (2011). An Eksploratory Study on the Factors Influencing the Non Compliance to Halal among Hoteliers in Malaysia. *Medweels Journals*.
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matic. *Sosio e-kons*. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=864233&val=13173&title=Pengaruh%20Kualitas%20Produk%20dan%20Brand%20Image%20terhadap%20Minat%20Beli%20Motor%20Matik>
- Zuhira, I. T., & Sulaiman. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga terhadap Minat Beli Produk Makanan dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*. Diambil kembali dari

<https://www.google.com/search?q=sertifikasi+halalterhadap+minat+beli+tahun+2020>

Zulestiana, D. A., & Ariesyandi, P. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram terhadap minat Beli Konsumen Ladyfame Shop Consumers.