**DAFTAR PUSTAKA**

Agustian, E., & Sujana. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *1*(2).

Al-Bara, & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*.

Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*(1).

Bulan, T. P. L., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, *5*(1), 431–439.

Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, *1*(1), 73.

Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Undip.

Iffathurjannah, M. I., & Harti Harti. (2021). Pengaruh keamanan makanan, harga dan rasa terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie Lemonilo. *Jurnal Akuntabel*, *18*(2), 235–246.

Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal , Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Economics and Banking*, *4*(2).

Islahiha, N. A., Mulyadi, A., & Lisnawati, S. (2022). Pengaruh Label Halal, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI: *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *4*(3), 691–706.

Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *2*(1), 161–166.

Khuwaroh, K., Widarko, A., & Anwaruddin, M. K. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, Dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Riset Manajemen*, *8*(5), 155–172.

Kotler, & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

LPPOM MUI. (2020). *Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI*. Halalmui.Org.

Nador, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Tradisional Madyopuro Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, *13*.

Nanda, K. F., & Ikawati, R. (2020). Hubungan Persepsi Label Halal Mui Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Journal of Food and Culinary*, *3*(1), 1.

Nurain Harahap. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal Di Kota Medan.

Perpu Nomor 39. (2021). Penuelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. In *Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6551*.

Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(2), 1–17.

Rosalia, Y., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Penelitian Ekonomi …*, 68–75.

Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., & Sari, H. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alphabeta.

Suryowati, B., & Nurhasanah. (2020). Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Komplesitas*, *9*(11), 12–25.

Wandira, A., & Rahman, T. (2021). Islamic Branding, Viral Marketing, Online Consumer Review, and Purchasing Decision: The Mediating Role of Purchase Intention. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business*, *2021*, 323–337.