

DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia, Nadhira, Grace T. Pontoh, and Kartini Kartini. "Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010." *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 18, no. 2 (2014): 113.
- Ahmad Khalil, Abdul Wahab, Muhamad Wildan Fawa'id, and Lailatul Hidayah. "Pengaruh Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a Di Kecamatan Kepung Kediri." *Qawānīn: Journal of Economic Syaria Law* 5, no. 1 (2021): 67.
- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality, and Behavior 2nd Edition*. New York British Library: Open University Press, 2005.
- . "The Theory Of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 181.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Aminuddin. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)." *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* 5, no. 2 (2018): 39.
- Amstrong, Philip Kotler dan. *Principles Of Marketing Edisi 13*. England: Pearson, 2010.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Apriliana, Eka Sri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'I (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2019): 9.
- Azwar, Saiful. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001.
- Barlian, Eri. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Sukabina Press, 2016.
- Bebas, Wikipedia Ensiklopedia. "Le Minerale." Last modified 2021. Accessed May 19, 2022. <http://www.lemminerale.com/>.
- Best, My. "10 Rekomendasi Mineral Water Terbaik (Terbaru Tahun 2022)." Accessed May 19, 2022. <https://my-best.id/21233>.
- Bulan, T., and M. Rizal. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 5, no. 1 (2016): 430.
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.

- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Dewi Sri Susanti, Yuana Sukmawaty, Nur Salam. *Analisis Regresi Dan Korelasi*. Edited by CV IRCH. Malang, 2019.
- Fitriah, Maria. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Foster, Bob. "Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product 'Amidis' (Case Study on Bintang Trading Company)." *American Research Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 1 (2017): 1.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Giriandra, Aisjah. *Pengukur Sejarah Sertifikasi Halal*. Jakarta: LPPOM MUI, 2005.
- Gulo, W. *Metode Penelitian*. Edited by Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta, 2002.
- Hari Subagyo, Wawan, and Ranti Chairunisha Febriana. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kelurahan Pabuaran Bogor." *Economicus* 14, no. 1 (2020): 79.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- . *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Hasan, Sofyan. *Sertifikat Halal Dalam Hukum Positif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Hidayat, Asep Syarifuddin, and Mustolih Siradj. "Sertifikasi Halal Dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 15, no. 2 (2015): 201–202.
- Ismuputro, Rizal Maulana. "Peran Citra Merek, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3 (2020): 1117.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang: University Press, 2012.
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia. "Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah." *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 46.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- Khabibi, Nasyarudin, and Heru Suprihadi. "Pengaruh Kemasan, Harga

- Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Santri.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 9, no. 12 (2020): 51. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3746>.
- Khoeron, Moh. “Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional.” *Kemenag.Go.Id*. Last modified 2022. Accessed May 26, 2022. <https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: Indeks Mulia Pustaka, 2015.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Kurniaputri, Mega Rachma. “Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 450.
- Kusnandar, Viva Budy. “Persentase Pemeluk Agama Di Indonesia.” *Databoks.Katadata.Co.Id*. Last modified 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam>.
- . “Persentase Populasi Muslim Indonesia Posisi 35 Dunia.” *Databoks.Katadata.Co.Id*. Last modified 2021. Accessed December 25, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/persentas-e-populasi-muslim-indonesia-posisi-35-dunia#:~:text=Meski demikian%2C proporsi penduduk muslim,di negara tersebut beragama islam>.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, and AUFARUL MAROM. “Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada Generasi Millennial Di Kabupaten Kudus.” *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 291.
- Kusumastuti, Dani Kusumastuti. “Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis.” *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020): 30.
- Lintong, Debry Ch.A. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Manado (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi).” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 5, no. 3 (2018): 171.
- Listyoningrum, Anggit. “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim

- Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 40.
- Lutfie, Harie, Erdita Puspa Puji Suzanti, Osa Omar Sharif, and Dini Turipanam Alamanda. “Which Is More Important? Halal Label or Product Quality.” *3rd International Seminar and Conference on Learning Organization* (2015): 225–228.
- Mapaung, Fenny Krisna, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, and Silvia Aloyna. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.” *Jurnal Manajemen* 7, no. 1 (2021): 53.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Departemen Agama Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STAIN Kudus, 2009.
- Muftisany, Hafidz. “Mana Logo Halal Yang Resmi?” *Republika.Co.Id*. Last modified 2015. Accessed December 26, 2021. <https://www.republika.co.id/berita/nl524k9/mana-logo-halal-yang-resmi>.
- MUI, LPPOM. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM - MUI*. Jakarta: LPPOM MUI, 2008.
- Nafanu, Sirilius. “Pengaruh Media Iklan, Pesan Iklan Dan Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Produk Lee Minerale Pada Masyarakat Kota Kefamenanu Kabupaten TTU.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 5, no. 3 (2020): 34–35.
- Nasution, Aulia Zuhra, Jamaluddin Jamaluddin, Jane Caterine Sihombing, and Chery Adita Anjani Beru Sinulingga. “Pengaruh Struktur Modal, Current Ratio, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektormakanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2018.” *Jurnal Akuntansi AKTIVA* 1, no. 1 (2020): 84.
- Nawawi, Syukron, and Sulis Riptiono. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Association Terhadap Brand Equity Dengan Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 2, no. 2 (2020): 167.
- Nugraha, Ranu, M kholid Mawardi, and Aniesa Samira Bafadhal. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen

- (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 50, no. 5 (2017): 113.
- Nugroho, Aristia Rosiani, and Angela Irena. “The Impact of Marketing Mix, Consumer’s Characteristics, and Psychological Factors to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya.” *International Business Management* 5, no. 1 (2017): 57.
- Nurrahmah, Halida, and Arifin Sitio. “The Effect of Brand Image and Promotion on Purchasing Decisions and Their Implications for Customer Satisfaction with Aqua Bottled Water.” *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 5, no. 12 (2020): 1096.
- Panjaitan, Joonner Rambe dan Cipta S. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Harga Yang Berimplikasi Pada Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Le Minerale (Studi Kasus Di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbl, Cikokol Tangerang).” *Jurnal Manajemen FE-UB* 7, no. 1 (2019): 32.
- Prakarsa, Sean. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Optic Sun’s.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2021): 1.
- Presetyo, Faradella Harum, and Moch. Khoirul Anwar. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2021): 140.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Prijaya, Andres, and Thomas Santoso. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya.” *Agora* 7, no. 1 (2019): 1. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>.
- Primyastanto, Lina Asmara Wati dan Mimit. *Ekonomi Produksi Perikanan Dan Kelautan Modern Teori Dan Aplikasinya*. Malang: UB Press, 2018.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Purnomo, Eko. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (

- Studi Kasus Desa Rambah Utama).” *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi* 4 (2017): 10–11.
- Purwantini, Fitria, and Lulup Endah Tripalupi. “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli.” *Bisma: Jurnal Manajemen* 7, no. 1 (2021): 48.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana, 2017.
- Qur’an, Al. *Al Alaq Ayat 3 -5, Al Qur’an Dan Terjemahnya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah dan Penafsir Al-Qur’an, 1971.
- Raditya, B., L.N. Yuliati, and D. Krisnatuti. “Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality and After-Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smartphones.” *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 8, no. 92 (2019): 21.
- Rafikasari, Elok Fitriani, and Nadia Eva Nur Fauzy. “Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk ‘Le Minerale.’” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 20, no. 2 (2021): 269–270.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Sevices Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ronitua, Andreas, Lenny Brida, and Husnil Barry. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale.” *Epigram* 14, no. 2 (2018): 114.
- Saraswati, Ulifah, and Ita Rahmawati. “Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pocari Sweat (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah).” *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business* 2, no. 2 (2021): 65.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Sismanto, Epa Susanti dan Adi. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Batik Besurek Pada Toko Sari Rasa.” *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* 2, no. 1 (2021): 53.
- Sodik, Sandu Siyoto dan M Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Sujarweni, V Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Supriyatna, Wawan, Ade Rachmawan, and Zakaria Zakaria. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari,Depok,Jawa Barat.” *Jurnal Semarang* 4, no. 2 (2021): 31.
- Suryandari, Ni, Ni Suprapti, and I Sukaatmadja. “Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Menjelaskan Perilaku Ekologis Generasi Y Di Kota Denpasar.” *Matrik:Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2016): 33.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Budi Utama, 2015.
- Swasta, Basu. *Azas - Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, 1984.
- Syarif, Helmi. “Le Minerale Lakukan Ekspor Perdana Ke Singapura.” *Sindonews.Com*. Last modified 2019. Accessed May 19, 2022. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1449775/34/le-minerale-lakukan-ekspor-perdana-ke-singapura>.
- Theodara, S, and S Ekowati. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Minuman Le Minerale Terhadap Minat Beli Konsumen Anak Muda Di Wilayah Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur.” *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi XXVI*, no. 2 (2021): 111.
- Thoifah, I’anatut. *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Madani (Kelompok Intrans Publishing). Malang, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategi*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- . *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- Triyono, Wardani dan Aris. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama, 2019.
- Wahab, Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2

- (2019): 78.
- Wijayasari, Nilla, and Mahfudz. "Pengaruh Brand Image , Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan." *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 2 (2018): 6.
- Yuniar, Syavira Arizta, and R. Sugeng Basuki. "Pengaruh Desain Kemasan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswi D4 Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 6, no. 1 (2021): 113.
<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/412>.
- Yusa, Viola De, and Anugrah Lihin Hastono. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Rivero Di Bandar Lampung." *Jurnal Ilmiah FE-UMM* 12, no. 1 (2018): 72.
- Yuswohady. *Marketing to the Middle Class Muslim : Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Zainuddin, Didi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik." *Jurnal Sosio e-Kons* 10, no. 3 (2018): 226.
- Zukhrufani, Alfitri, and Muhammad Zakiy. "The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 5, no. 2 (2019): 170–172.

