

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvian Senly, Skripsi: *“Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Penagmbilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone”*, Makasar: Universitas Negeri Makasar, 2017.
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planing dan Strategi*, Jawa Timur: Qiara Media, 2019.
- Ansari Harahap Dedy, Amanah Dita, Agustini Fauzia, *“Effect of Product Completeness and Price on Consumer Puchasing Decision In SMEs Market Medan”*, *Jurnal Manajemen*. Vol XXII. No 01, (2018).
- Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2008).
- Buchari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta 2009).
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Budiman Fathan, *“Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Prodak Herbal Penawar Al Wahida Indonesia, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam”* diakses pada tanggal 1 Februari 2022, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.
- Dedy Ansari Harahap, Dita Amanah, Fauzia Agustini, *” Effect of Product Completeness and Price on Consumer Puchasing Decision In SMEs Market Medan, Jurnal Manajemen.”* Vol XXII. No 01, 2018.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Aisyah, 2008).
- Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, Adi Santoso, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti, Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi, Vol. 3 No. 1, (2019)*.
- Elly Rahayu, *“Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran”*, *Journal of Science and Social Reserch*, (2018).
- Faridah Hayyun Durrotul, *“Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah Perkembangan, dan Implementasi, Journal of Halal Product and Research, Vol 2 No 2”* (2019), diakses pada tanggal 27 Januari 2022, <https://e-journal.unair.ac.id>.
- Frabs Bararuallo, *“Pengantar Bisnis”* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019).

- H. Moh. Pabundu Tika M.M, *Metodologi Penelitian Geografi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005).
- Haris Abdul Kadir, dkk, “*Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Matic Mio Sporty di Kota Palu*”, *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 5, No. 2, 2018.
- Haruna Babatunde Jaiyeoba, Moha Asri Abdullah, Abdul Razak Dzuljastri, *Halal Certification Mark, Brand Quality and Awareness. Journal of Islamic Marketing*, 2019).
- Hendri Ma’ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005).  
<http://digilib.uinsby.ac.id> diakses pada tanggal 9 Februari 2022, pukul 10.20
- <http://eprints.stainkudus.ac.id> diakses 26 Januari 2022, pukul 11.00 WIB  
<http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html?m=1>, diakses pada tanggal 28 February 2022, pukul 22.39.
- Ian Alfian, Muslim Mearpaung, “*Analisis Pengaruh Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*”, *Jurnal At-Tasawuth*, Vol.2, NO 1, 2017).
- Icek Ajzen, “*Organizational Behavior and Human Decision Processes*”, *University of Massachusetts at Amherst*, 2019.
- Ichsan Mutiara dan Syahputra, “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Korea*”, *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol 17, No. 2, 2018.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2008).
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009).
- Ita Masibbuk, Silcyljeova Moniharapon, Imelda W.J Ogi, “*pengaruh kelengkapan produk, kualitas layanan, dan tata letak terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan di Kota Manado)*”, *Jurnal EMBA*, Vol 7 No.1, 2019).
- Juwaini Jazuli, "UU JPH Untuk Melindungi Umat, *Jurnal Halal*, No.95 Th.XV" (Jakarta, 2012).
- Koeswinarno dkk, *Sertifikasi Halal Yes or No* (Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020).
- Luffi Sidrotul Muntaha, Handoyo Djoko, Reni Shinta Dewi, “*Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan*

- Pembelian Sabun Mandi Lux Cair (Studi kasus pada konsumen/pengguna sabun mandi lux cair di swalayan Galael Mall Ciputra Semarang)*”, *Journal of Social and Politic*, (2014).
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009).
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2018).
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).
- Ni Nyoman Anggar Sari dan Ni Made Dwi Ratnadi, “*Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi*, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 6.12*” (Bali: 2017).
- Nugroho J Setiadi, “*Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*” (Jakarta: Prenada Media Group, 2010).
- Philip Kotler and Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi 9 Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks, 2004).
- Philip Kotler, *Marketing Management*, (Prentice Hall Inc, 2000).
- Pramitasari Talisa Rahma, Indah Fatmawati “*Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal*, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 8 No 1” (2017), 13 diakses pada tanggal 4 Februari 2022, <http://visitasi.umi.ac.id/api/view/17972>.
- Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005).
- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001).
- Stanton William J, *Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 1993).
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014).
- Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern edisi 2*.
- Surya Rizki, Skripsi: “*Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Rempyek*

- Ilham Kecamatan Jelutung Kota Jambi*”, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020).
- Syed Shah Alam dan Nazura Mohamed Sayuti, “*Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing*” International Journal of Commerce and Managements Vol.21 No 1, (2011).
- Syofiyani Siregar, *Statiska Terapan untuk Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Kencana, 2017).
- Vini Sapitri Pebriani, Irena Larashati, “*Perception of Consumer Purchasing Decision on Brand Image and Location (Case Study at a Fashion Store in Bandung City)*”, *Scientific Journal of Management. Vol 8. No.1*, 2020).
- Wawan Wasik Marzuki, Triyono, *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, <http://repository.unimus.ac.id>
- Yuni, Skripsi: “*Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Trend Mode Berkah Murah Ponorogo*”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).
- Yusuf Qordawi, *Halal Haram Dalam Islam* (Jakarta: Intermedia, 2008).
- Zella Rafita Helsy, “*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiwi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)*”, (2017).