

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, Boedi Dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014).
- Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta : Aswaja Pressindo 2015.
- Adriani Prayustika, Putu. "Kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif? Traditional Word Of Mouth Atau Electronic Word Of Mouth", *Jurnal Matrix* 6, No. 3 (2016).
- Ajeng Alifiana, Mia. "Analisis Potensi Risiko Umkm Di Kabupaten Kudus", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi* 18, No. 2 (2018).
- Alma, Bukhari Dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisniah Syariah : Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Nur. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6, No. 2 (2019).
- Anwar Fathoni, Muhammad. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum Dan Syariah* 9, No. 1 (2018).
- Anwar, M. Ahmad. *Prinsip-Prinsip Metodologi Research*, Yogyakarta: Sumbangsih, 1975.
- Astuti, Daharmi, Dkk. "Sosialisasi Standarisasi Dan Sertifikasi Produk Halal Di Kota Pekanbaru Umkm Area Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau", *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, No. 1 (2020).
- Aulia Hosanna, Melissa Dan Susanti Adi Nugroho, "Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan", *Jurnal Hukum Adigama*, 2014.
- Aulian Humaira Lili Adi Wibowo *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal*, 7, No. 1, (2017).
- Aziz, Muhammad. "Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal", *Jurnal Studi Keislaman* 7, No. 2 (2017).

- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Penyelenggaraan Haji, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama, 2003.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2001).
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana 2005.
- Chaerani, Diah, Dkk. "Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan", *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat* 9, No. 4 (2020).
- Chaniago, Aspizain. *Teknik Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Clinton Polla, Febriano, Dkk. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea", 3069.
- Dian Nurani Siahaan, Sabda Dan Aurora Elise Putriku, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian", *Journal Of Business And Economics Research* 2, No. 2 (2021).
- Dwi Anggraeni, Feni, Dkk. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal", *Jurnal Administrasi Publik* 1, No. 6.
- Dwi Ramadhani, Dinda, Saino. "Pengaruh Kualitas Produk Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya", *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5 No. 1 (2021).
- Dzikril Hakim, M. Maulnan. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5, No. 11 (2016).
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Strategi)*, Pasuruan: Cv. Qiara Media, 2019.
- Fitiriana Sitorus, Onny Dan Novelia Utami. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: Fkip Uhamka, 2017.

- Fitriyani Trisna Murni Sri Warsono, Sandra. "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil", *Management Insight* 13, No.1.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Ibm Spss 23 Edisi 8*, Semarang: Undip, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*, Semarang: UNDIP, 2011.
- Goyette, Et Al, "*E-Wom Scale: Word Of Mouth Measurement Scale For E-Services Context*", *Journal Of Administrative Sciences* (2010).
- Hamdan Rasyid, Muhammad. "Peranan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Dalam Menjamin Kehalalan Makanan Dan Minuman", *Journal Of Islamic Law Studies* 1, No. 1 (2018).
- Hardiansya, Faisal, Dkk. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar", *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 3, No. 1 (2019).
- Hasan, A., *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. (Yogyakarta : Caps (Center For Academic Publishing Service, 2013).
- Herdiana Abdurrahman, Nana. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, Bandung : Cv Pustaka Seti.
- Hermawan, Hendra, Dkk. "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Richeese Factory", *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 18, No. 01 (2021).
- Hidayati, Tri Dkk., *Statistic Dasar*, Purwokerto : Pena Persada, 2019.
- Humaira Lili Adi Wibowo, Aulian. "Analisis Faktor *Elektronik Word Of Mouth* (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan", *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal*, 6, No. 2 (2016).
- Husein, Akhmad, Dkk, "Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember" 4, No. 2 (2018).
- Infrastruktur Ekosistem Syariah, Direktorat, Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah Ikatan Ahli Ekonomi Islam Badan Zakat Nasional. "Laporan Perkembangan Ekonomi Syariah, Daerah 2019-2020", *Komite Nasional*

- Ekonomi Dan Keuangan Syariah (Kneks)* , Jakarta Selatan : 2.
- Irfan. “Term Qoulan Dalam Al-Qur’an (Studi Penafsiran Ayat-Ayat Qolan Dalam Al-Qur’an)”, *Jurnal Kajian Sosial, Peradaban Dan Agama* 5, No. 2 (2019).
- Juliandi A., Irfan Dan S Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi, Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: Umsu Press, 2006).
- Juliatrin Chairul Akbar, Muhammad Dan Sunarti. “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pada Konsumen Restoran Sushi Tein Kelapa Gading)”, *Jurnal Administrasi Bini* 60, No. 3 (2018).
- Junaidi, Mahbub. “Komunikasi Qur’ani (Melacak Teori Komunikasi Efektif Prespektif Al’quran)”, *Universitas Islam Darul Ulum*.
- Kertajaya, Hermawan Dan Muhammad Syakir. *Syariah Marketing*, Bandung: Pt. Mizan Group, 2014.
- Leli, Maisarah. “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal At-Tasyri’iy* 2, No, 1 (2019).
- Ligia Pratisitia Waluko, Agnes, Dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian KonsumenBentenan Center Sonder Minahasa”, 2, No.3 (2014).
- Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah Dan Sri Herianingrum. “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian”, *Jurnal Penelitian Ipteks* 5, No. 1 (2020).
- M Amin, Amirudin Dan Rafiqah Fitri Yanti, “Pengaruh Brand Ambassador, Ewom, Gaya Hidup, *Country Of Origin* Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Korea *Nature Republic*”, *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi* 2 No 1 (2021).
- Ma’had Thafidz Yanbu’ul Quran Kudus, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Kudus: Cv. Mubarakatan Thoyyibah.
- Majelis Ulama Indonesia, Sekretariat. *Himpunan Fatwa Mui Sejak 1975*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Maksum, Muhammad Dan R. Budhi Satrio. “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada Restoran Wingstop”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7, No. 12 (2018).
- Mamang Sangadji, Etta Dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset 2013).
- Marinda Puteri, Eriani Dan Amalia Djuwita. “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Di Eastwood Store”, *E-Proceeding Of Management*, 8, No. 1 (2021).
- Marlinah, Lili. “Peluang Dan Tantangan Umkm Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19”, *Jurnal Ekonomi* 22, No 2 (2020).
- Melda, Dkk, “Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* 1, No. 2 (2020).
- Muawanah, Dkk. “Strategi Pengembangan Produk Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Halal Di Indonesia”, *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 5, No. 1 (2020).
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2008).
- Muharram Ritonga, Husni, Dkk. *Manajemen Pemasaran*, Medan : Universitas Pembangunan Panca Budi, 2018.
- Mutiara, Ichsan Dan Syahputra. “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Korea”, *Jurnal Indonesia Membangun* 17, No. 2 (2018).
- Nirmala Arum Janie, Dyah. *Statistic Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan Spss*, Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Nursalam, *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Perekonomian*, Jakarta: Salemba Medika, 2015.
- Nuryadi, Dkk. *Dasar-Dasar Stastistik Penelitian*, Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Paujiah, Rika. Dkk. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian”, *Journal Of Islamic Economics And Banking* 2, no. 1 (2020).
- Prayoga, Iman Dan M Rachman Mulyandi, “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee”, *Jurnal Syntax Transformation* 1, No. 5 (2020).

- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Rahayu Tanama Putri, Budi. *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Fakultas Perternakan Universitas Udayana, 2017.
- Rahmah, Asep Muhamad Ramdan, R. Deni Muhammad Danial, “Pengaruh Religiusitas Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Pada Konsumen Muslim”, *Jurnal Sketsa Bisnis* 7, No. 1 (2020).
- Rahmat, Ilham. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat”, *Skripsi* (2018).
- Rhendria, Muhammad. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 9 (2010).
- Ridwan Dan Akdon, *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statiska*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Riyanto, Slamet Dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, Sleman: Deepublish, 2020.
- Rizky Ali Rachmalika, Brian, Dkk. “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word Of Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 25, No. 1 (2015).
- Senggetang, Vania Dkk, “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado”, 7, No.1 (2019).
- Sigit, Hermawan Dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016),
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiri, Dani. “Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19”, *Fokus Bisnis* 19, No. 1 (2020).
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Di Era Internet, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

- Suryati Dan Zainuri Nur Rahmat, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Super Chicken Di Jambangan Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen”, *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah* 18, No.4 (2020).
- T. Muhyiddin, Nurlina, Dkk. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Soaial*, Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Tanjung, Agustini “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 5, No. 03 (2020).
- Tika, Pabudu. *Metode Riset Bsinis*, Jakarta: Bumi Akasara, 2006.
- Tri Ratnasari, Ririn. 2011. *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan 1. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijayanti, Ratna Dan Meftahudin. “Kaidah Fiqh Dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istibath Dan Ijtihad Dalam Menetapkan Hukum Produk Halal”, *International Journal Ihya’ ‘Ulum Al-Din* 20, No. 2 (2018).
- Wiludjeng Sunu Purwaningdyah, Sri. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19, No. 1 (2019) : 75.
- Yulianti, Farida, Dkk. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Cv. Budi Utama, 2012.

