

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(July), 406–413. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. 2015. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 4 (1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>.
- Astuti, Miguna, and Nurhafifaah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran : UMKM Dan Digital Sosial Media*. Edited by Rizka Henny Maya Meutia. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Birofita, R., Nawangsih, & Hartono. (2019). Analisis citra merek dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian produk Pepsodent di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. *Jobman*, 1(4), 57–61.
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, S. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya*. 7, 49–64.
- Islamy, W. (2022). *Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar pada Toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin*. 1–23.
- Karunia, A. T. F., Nawangsih, N., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Garnier Men di Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 3(3), 1–7. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/502>
- Khasanah, D. M., Taufik, M., & Irdiana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth (WOM), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Bengkel Resmi Honda Ahass 10349 Setia Kawan Motor Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(3), 154–159.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviours for Good*. Sage Publication, Inc.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

- Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. In *Allauddin University Press* (Vol. 13, Issue 1).
- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt Hasjrat Abadi Manado Tendea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 185–193.
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Tri, D., Darmawan, K., & ... (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang. *Jobman ...*, 128–134. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/273>
- UMKM,I.(2023).*Halal*DirektoratPmpu.<https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/pangan/halal>
- Utami, I. W., Duta, U., & Surakarta, B. (2017). *K o n s u m e n p e r i l a k u perilaku konsumen indah wahyu utami* (Issue June).
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yansah, N., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2018). Analisis Brand Equity Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Kota Palembang). *Journal of Management and Business Review*, 15(1), 33–53. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v15i1.113>
- Yunus, K. (2017). Page | 145 LABEL HALAL DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE SEDAAP. *Manajemen*, 1(2), 1–100.