

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, Al-Bara. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Anisya, Riska, Ratna Wijayanti, and Bahtiar Efendi. "Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 2.1 (2020): 98-105. Arfah P. Haris H., N., H. A. Muh, Abd. (2020). *PRODUK HALAL Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*.
- Aulia, Mustika, and Muhammad Aswad. "Pengaruh Islamic Branding, Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 1.4 (2022): 294-305. Aziz, Musyafa'ah, A., Suqiyah. (2020). *Tugas dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Rangka Perlindungan Konsumen*. 23 (1).
- BPS Kota Banjarmasin, 2023, <https://banjarmasinkota.bps.go.id/indicator/12/8/1/jumlah-penduduk.html>, diakses pada 6 juni 2023.
- Bulan, Tengku Putri Lindung. "Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5.1 (2016): 431-439. Dewi Lubis, Hidayat, D. I., Rahmat. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, hlm. 15-24,.
- Habibah, Aminatun. "Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie." *Jurnal Qiema (Qomaruddin Islamic Economics Magazine)* 6.1 (2020): 59-84. Hanapi, Sriyanto, M., Agus. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, MINAT BELI, DAN TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Handayani, Irwany. "THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF HERBAL PRODUCTS." *Journal of Management and Islamic Finance* 2.1 (2022): 54-70. Izzuddin, A. (2018). *PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN KULINER*. 3(2).
- Kamilah, Ghina, and Aniek Wahyuati. "Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.2 (2017). Kementerian Agama RI. (2019). *Qur'an Kemenag*.

- Larasati, Ananya, Ikhwan Hamdani, and Santi Lisnawati. "Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1.1 (2019): 48-64.
- Marbun, Ali, Dwikoco, M. B., Hapzi, Fransiskus. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 8 September 2022, Volume 3, Issue 2, Juli 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Omar, Khairi Mohamed, et al. "The direct effects of halal product actual purchase antecedents among the international Muslim consumers." *American journal of economics* 2.4 (2012): 87-92.
- Muslimah, S. (2012). LABEL HALAL PADA PRODUK PANGAN KEMASAN DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM. *Yustisia Jurnal Hukum*, 1(2). <https://doi.org/10.20961/yustisia.v1i2.10630>
- Maison, Dominika, et al. "Explicit versus implicit "halal" information: Influence of the halal label and the country-of-origin information on product perceptions in Indonesia." *Frontiers in psychology* 9 (2018): 382.
- PUTRI, SUCI RAMADHANI, and SONJA ANDARINI. "PERSEPSI PENCANTUMAN LABEL HALAL, LABEL BPOM, DAN TANGGAL KADALUARSA MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN MINUMAN READY TO DRINK DI SURABAYA." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 8.1 (2022): 1-18.
- Reza, A. (2018). *Pengaruh Label Halal Dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu—Repository Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*. <http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1147/>
- Rizkyani, Ratih. *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea Pada Pengguna Aplikasi Weverse Indonesia*. BS thesis. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Selvianti, Ibdalsyah, Hakiem, F., Ibdalsyah, Hilman. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea*. 3 no 22. <https://doi.org/1047467/elmal.v3i1.515>
- Dr, P. "Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D." *CV. Alfabeta, Bandung* 25 (2008).
- Diana Susanti, S. H., and M. Kn. *Kebijakan hukum produk halal di Indonesia*. Sinar Grafika, 2021.
- Aspan, Henry, et al. "The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)." *International Journal of Global Sustainability* 1.1 (2017): 55-66.
- Afendi, Arif. "The effect of halal certification, halal awareness and product knowledge on purchase decisions for halal fashion products." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2.2 (2020): 145-154.