

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Mulyani, P., Wayan Ari Sudiartini, N., & Luh Putu Sariyani, N. (2020). Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 91.
- Arza, A. E. I. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa*.
- Effendi, S. (2021). Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*.
- Ete, A. A., Suciptawati, N. L. P., & Nilakusmawati, D. P. E. (2014). Pengelompokan Berbagai Merk Mie Instan Berdasarkan Kemiripan Kandungan Gizi Dengan Menggunakan Analisis Biplot. *E-Jurnal Matematika*, 3(2).
- Fajrina, N. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Febriyani, I. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan pada Mahasantri Ma'had al Jami'ah Ulil al-Absar*.
- Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9).

- Hakim, L. (2014). *Buku Panduan, Halal Is My Life*.
- Harji, G. A. (2022). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Mie Instan Korea Samyang Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kalangan Remaja Di Kota Pekanbaru)*.
- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). Brand Image And Purchasing Decision: Analysis Of Price Perception And Promotion (Literature Review Of Marketing Management). *Dinasti International Journal Of Economics, Finance & Accounting*, 1(4).
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)*. 6(2).
- Izzuddin, A. (2018). The Effect Of Halal Labels, Halal Awareness and Food Materials On Interest To Buy Culinary Foods. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2).
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2).
- katadata.co.id. (2022). Jumlah Konsumsi Mi Instan di indonesia Meroket Semenjak Pandemi Covid-19. *katadata*. katadata.co.id
- Lestari, L. A., Apriani, Y., Asnaini, & Kustin. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi di Kota Bengkulu). *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam*, 6(1).
- Marbun, H. P. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pada Aplikasi Shopee*. Universitas Medan Area.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda (*Canarium Indicum L.*)). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3).

- Medina, C. A. G., Martinez-Fiestas, M., Jesusa, M. I., & Aranda, L. A. C. (2020). The processing of price during purchase decision making: Are there neural differences among prosocial and non-prosocial consumers. *Journal of Cleaner Production*.
- Nashir, M. B. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Promosi Produk Halal Food Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Neha, S., & Manoj, V. (2013). Impact of Sales Promotion Tools on Consumer's Purchase Decision towards White Good (Refrigerator) at Durg and Bhilai Region of CG, India. *Research Journal of Management Sciences*.
- Nugraha, W. S., Chen, D., & Yang, S.-H. (2022). The effect of a Halal label and label size on purchasing intent for non-Muslim consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 05.
- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran*, 1(4).
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian*. 2(1).
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. StaiaPress.
- Putra, A. R. (2018). *Pengaruh Harga, Label Halal, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Koperasi Syariah 212 Ciputat)*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar. Universitas Udayana.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmah, A., Darsono, & Sundari, M. T. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Mi Instan Di Kalangan Mahasiswa Kota Semarang: Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *Agrista*, 9(1).

- Robyanto, B., Akramiah, N., & Pudyaningsih, R. (2018). Analisis Penetapan Harga, Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Camilan. *Jurnal EMA – Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 2(2).
- Selvianti, F., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2020). Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Shalihah, N. B., MK, O. I., Wulandari, T., Hidayat, R., & Prayoga, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie (Studi kasus pada mahasiswa di Lampung). *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 3(2), 85–93.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umah, K. A., & Herianingrum, S. (2018). *The Influence Of Halal Label, Promotion and Price Toward Purchasing Decision On Over The Counter Medicine*.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1).
- Yusa, V. D., & Hastono, A. L. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Rivero di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE-UMM Economic Sciences*, 12(1).