

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Zuhdi, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Grab Teknologi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1276>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. Al Tijarah.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline*. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). 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), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). *Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan*. *Urnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara*. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Syariah*.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & AD, Y. S. M. (2021). *Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah*. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*.
- Handayani, 2020. (2018). Metodologi penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020, 10–27.
- Handayani, S. (2013). MODEL HOWARD & SHETH SEBAGAI ALTERNATIF MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN DALAM MANAJEMEN PEMASARAN (SB. Handayani, SE MM) ABSTRAK. *Dharma Ekonomi*, April(37), 1–13.
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). *Pengaruh gaya hidup halal, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Ms Glow (Studi pada mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)*. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2).
- Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. *Jurnal Manajemen*.
- INDONESIA, S. (2017). *Stie Indonesia. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(0), 52–59.

- Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (n.d.). *Perilaku Pembelian Konsumen*. 7823–7830.
- Joesyiana, K. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Khotim Fadhli, & Nia Dwi Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Kurniawan, H. (2022). The Effect Of Marketing Mix, Brand Image, Halal Label, And Word Of Mouth On Syrup Purchase Decisions At Cafés In Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 71–77. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.3018>
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*.
- Maghfiroh, K. (2019). *Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone Xiaomi*. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2).
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu*. Mariansyah, A., & Syarif, A.
- Marketing, P. D., Produk, K., Harga, D. A. N., Palandeng, I. D., Manajemen, J., Ekonomi, F., Jaya, D. A., Ogi, I. W. J., & Palandeng, I. D. (n.d.). *D . A . Jaya ., I . W . J . Ogi ., I . D . Palandeng . KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ETSUKO KITCHEN MANADO THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING , PRODUCT QUALITY AND PRICE ON Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 Oktober 2023 , Hal . 1425-1434. 11(4), 1425–1434.*
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2019). BAB II Perilaku konsumen. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 17–51.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital Productivity*.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW*. *Urnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1).
- Nisa, K. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Prakoso, F. A. (2022). *Analisis Word of Mouth, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap*

- Keputusan Mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan. Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 4(1).
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2(1), 23–38. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.102>
- Rambe M. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan*. 9–28.
- Sapti, M. (2019). Metodologi Penelitian. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Sayyaf, R. T. F. (2021). *Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Sekaran, M. (2016). *digilib . uns . ac . id*.
- Setianingrum, I., & Sanjaya, V. F. (2021). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN:(Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Lampung Utara)*. Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat, Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat,.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA □: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Shofiyah, N. (2019). Uji Instrumen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*, 780.
- Wibowo, A., & Sukei, T. (2020). The influence of halal label and brand image on consumer purchasing decisions. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 856–867.
- Wicaksana, A. (2016). bab 3 metodologi penelitian. <https://Medium.Com/>, 2015, 28–36. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Widyaningrum, P. W. Widyaningrum, P. W. (2019). *Pengaruh label halal, kesadaran halal, iklan, dan celebrity endorser terhadap minat pembelian kosmetik melalui variabel persepsi sebagai mediasi (Studi Pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2).