

Daftar Rujukan

- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Rena Cipta Mandiri.
- Arfiyanti, S. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ayam Geprek Sa'i Welahan* [IAIN Kudus]. <http://repository.iainkudus.ac.id/5496/>
- Baihaqi, M. Z. (2024). *Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Di Tangerang Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina* (p. 86). Jakad Media Publishing.
https://books.google.co.id/books/about/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_Peranannya.html?id=riAzEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. (2023). Analisis Peran E-Wom, Halal Awareness, Marketing Influencer Dan Lifestyle Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 24, 19–116. <https://doi.org/10.30659/ekobis.24.2.99-116>
- Disdukcapil. (2024). *Visualisasi Data Kependudukan*. Kemendagri. <https://gis.dukcapil.kemendagri.go.id/peta/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Undip.
- Google. (2024). *Ayam Geprek Sai*. https://www.google.com/maps/place/Ayam+Geprek+Sai+Ambulu/@-8.3464632,113.6019899,16.25z/data=!4m6!3m5!1s0x2dd69bb168b10ea5:0xa8c608fea4523cc1!8m2!3d-8.3468243!4d113.6027596!16s%2Fg%2F11ndvlnkndy?entry=ttu&g_ep=EgoYMDI0MTIwNC4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D
- Hakim, L. (2024). *Bersama ACT, Ayam Geprek Sa'i salurkan bantuan kemanusiaan*.
- Hamidah, F. R. (2022). *Efektivitas Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Dalam Menerbitkan Sertifikasi Halal*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Kemenag. (2022). *Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-4aqhvr>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ehyau>
- Lubis, S. H. A. M. (2019). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roti Ganda di Pematangsiantar)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nur, S. K., & Istikomah. (2021). Progam SEHATI: Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal bagi UMKM. *At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 3(2), 72–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/at.v3i2.6780>
- Nurdin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik(Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, Vol.2 No.3, 111–122. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/573/393>
- Pratama, S. A., & Nurcahya, Y. A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Konsumen Muslim Di Magelang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4847>
- Purwanto. (2019). *Analisis Korelasi Dan Regresi Linier Dengan SPSS 21 (Panduan Praktis Untuk Penelitian Ekonomi Syariah)* (T. Rosowulan (ed.); 1st ed.). StaiaPress.
- Putri, M. N., Mutia, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Restoran Ichiban Jamtos Jambi. *Journal of Student Research (JSR)*, 1, 257–275. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i6.1808>
- Rahim, R., Sao'dah, Tiring, S. S. N. D., Asman, Fitriyah, L. A., Dewi, M. S., Irene Hendrika, R., Ferawati, Mutia, Pamungkas, M. D., Sutrisno, E., Wulandari, H., Trimurtini, Budi, A., & Wicaksono. (2021). *Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (E. Santoso (ed.); 1st ed.). Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI). <https://eprints.unhasy.ac.id/199/17/Bookchapter> ISBN Metodologi Penelitian.pdf

- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thoyyip Dalam Kegiatan Konsumsi. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 6, 53–64.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data* (1st ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan (Edisi 1). *Andi Offset*.
- Uliya, Z., Zulhadi, T., & Mahyarni. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen di Kota Bengkalis). *Journal Of Financial and Islamic Banking*, 1(2), 106–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/money.v1i2.15287>
- Umar, A. U. A. Al, Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2020). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No., 641–647. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.66>