

DAFTAR PUSTAKA

- 123dok. (2019a). *Definisi Makanan Makanan Ringan*. 123dok. <https://Text-Id.123dok.Com/Document/Oz192jgpq-Definisi-Makanan-Makanan-Ringan.Html>
- 123dok. (2019b). *Pengertian Labelisasi Halal Proses Labelisasi Halal*. 123dok. <https://Text-Id.123dok.Com/Document/Oy86x645q-Pengertian-Labelisasi-Halal-Proses-Labelisasi-Halal.Html>
- Andayani, S. Wahyu. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Tradisional. *Skripsi*, 65–71.
- Aziz, M., Rofiq, A., & Ghofur, A. (2019). Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Prespektif Statute Apporocah. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1).
- Beli, M., Halal, P., & Indonesia, D. I. (2020). *Dani Kusumastuti*. 2, 27–50.
- Bulan, T., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gliem, J. A., & Gliem, R. R. (2003). *Calculating, Interpreting, And Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient For Likert-Type Scales*.
- Hasib, A., & Anwar, M. Khoiru. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Ringan Di Unesa Ketintang (Studi Kasus Terhadap Anggota Organisasi Keislaman) Abd.Hasib. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2019), 23–32.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Koeron, M. (2022). *Pers Rilis Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional*. Kemenag. <https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2012). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1), 40–51.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). Keputusan Pembelian Produk

Makanan Halal Di Lingkungan Iain Surakarta. *Among Makarti*, 12(24), 23–33.

Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2019). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 5(1).
<https://doi.org/10.37676/Professional.V5i1.709>

Siburian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Variasi Produk (Restoran) Terhadap Minat Beli Ulangpelanggan (Studi Kasus Di A To Z Bar Wine & Brasserie Semarang). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Syahputra, A., & Doli Hamoraon, H. (N.D.). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*. 6.

Zulaicha, S. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 429–450.