

DAFTAR PUSTAKA

- Afdillah, Junaidi. (2021). *Analisis Keputusan Konsumen Muslim Dalam Pembelian Produk Makanan Ringan Di Kota Jambi*. Jambi :Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Jambi.
- Akhyar, Kemal .F. (2019). *Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Japanese Food Restaurant di Magelang)*. Magelang : Skripsi, FakultasEkonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Amir, Amri. (2017). *Ekonomi Dan Keuangan Islam (Edisi Revisi)*. Jambi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi.
- Amstrong, Philip Kotler dan Gary. (1995). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Anonymous. (2016). Indonesia, Negara Berpenduduk Muslim Terbesar Dunia. 11 November, 209. Retrieved from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesianegaraberp
enduduk-muslim-terbesar-dunia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesianegaraberpenduduk-muslim-terbesar-dunia).
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi* (Edisi Revi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Aziz, Fajar Abdul. (2020). “Pengaruh Label Halal MUI Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk di Alfamart Oleh Masyarakat Kota Ungaran”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Program Studi Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Salatiga.
- Blogunik. (2019). “Minuman Kemasan Yang Paling Laris dan Sering di Beli di Indonesia”. <https://blogunik.com/minuman-kemasan-yang-paling-laris-dan-sering-di-beli-di-indonesia/>. Diakses pada 19 Juni 2021 Jam 08.54.
- Bps Provinsi Jambi. (2020). *Provinsi Jambi Dalam Angka 2020*. ISSN: 0215-2029
- Cahyati, Rikka. (2016). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*. Samarinda: FE Universitas 17 Agustus 1945.

- Daesmayonda, Ananda, dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. (2019). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung*. *Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 1-17.
- Fauzia, M. (2018). Indonesia Peringkat Pertama untuk Konsumsi Makanan Halal Dunia. Retrieved April 15, 2019, from [ekonomi.kompas.com website: https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/13/182909026/indonesiaperingkat-pertama-untuk-konsumsi-makanan-halal-dunia](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/13/182909026/indonesiaperingkat-pertama-untuk-konsumsi-makanan-halal-dunia).
- Fitria, Sarah & Yessy Artanti. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Negeri Surabaya*. Vol.8 (1), 37-45.
- Ghozali, Imam. (2002). “*Pengaruh Religiositas Terhadap Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerjadan Produktivitas*”. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol.9/Juli/Th.VII/2002, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. In *Penelitian*. <https://doi.org/10.1021/ol7029646>
- Gigih, Muhammad. (2015). Pengaruh Promosi Dan HArga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal Administrasi Bisnis, Indoensia*. Vol.4 (2), 1-12.
- Glock & Stark. (1969). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. London: University of California Press, Ltd
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. (2000). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.

- Handayani, Sri. (2019). *Peran Logo Dan Sertifikasi Halal Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Restoran Cheese Chicken*. Tesis. FEB, Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Kotler, Philip.(2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Indeks.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Marketing and Introduction* (10th Editi). Perason.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16e Global Edition)*. United State: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing and Introduction* (B. Sabran (ed.); 10th Edition). Erlangga.
- Mahwiyah. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta)*. FE Universitas Islam Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Pramintasari, T.R & Indah .f. (2017). *Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal*.Yogyakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Prasetyo, Faradella Harum. (2021). “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Surabaya. Vol.4(1), 140-148.

- Putri, Tengku. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. Vol.5(1), 430-439.
- Rafidah. (2014). Kualitas *Pe layanan Pada Perbankan Syariah*, 114-115.
- Rangkuti, Ramadhan. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (snack merek Chitato) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara*. FE USU. Medan.
- Sadli, Muhammad. (2020). Prospek Sertifikasi Halal Produk Mak Denok Dan Keputusan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus UMKM Mak Denok Desa Serdang Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Program Studi Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Jambi.
- Syafei, Rahmat. (2001). *Fiqih Muamalah*. Pustaka Setia. Bandung.
- Sudarti, Ken, dan Rio Dananto Lazuardi. (2018). *Kontribusi Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Sikap Dalam Pembentukan Niat Beli*. Majalah Ilmiah Solusi. 16(3), 14-26.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Situs Resmi Kabupaten Merangin. “Gambaran Umum Kabupaten Merangin”. https://meranginkab.go.id/s1ksdnfk_jd-gambaran-umum.html#:~:text=Kabupaten%20Merangin%20memiliki%20luas%20wilayah,%2D%20Sebelah%20timur%20%3A%20Kabupaten%20Sarolangun. Diakses Pada Minggu jam 10.26.
- Sumarwan, Ujang. (2017). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuisisioner & Analisis Data (Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widodo, Tri.(2015). “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan bisnis. Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.