

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G. S., Darwin T., Ari o (2018). "Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology Di Loewy, Jakarta)." *Bina Nusantara University* 2018.
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jeba*, 13(1), 1–8.
- BPS Makassar. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim di Kota Makassar (Jiwa), 2020-2022*. Retrieved from <https://makassarkota.bps.go.id>: <https://makassarkota.bps.go.id/indicator/12/72/1/jumlah-penduduk-muslim-di-kota-makassar.html>.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>, 729-739.
- Busrah. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4(2), 1–16.
- Dukcapil, Kemendagri. (2022, Februari Rabu). 273 Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri. Retrieved from Direktorat Jenderal Kependudukan Catatan Sipil Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia: <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi T.a 2016/2017. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 1(1), 34–47.
- Lativia, E., Kurnia, T., & Munawar, W. (2022). Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 80–97. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32078>.
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>.
- Mona, M. G., Kekenusa, J. S., & Prang, J. D. (2015). Penggunaan Regresi Linear

Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D'Cartesian*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>, 196-203.

Muhartini, A. A., Sahroni, O., Rahmawati, S. D., Febrianti, T., & Mahuda, I. (2021). *Analisis peramalan jumlah penerimaan mahasiswa baru dengan menggunakan metode regresi linear sederhana*. 1(1), 17–23.

Mulasakti, G. P., & Mas'ud, F. (2020). Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 294-303. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.796>.

Murni, S., & Fajriani, N. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027>.

Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di Lingkungan IAIN Surakarta. *Among Makarti*, 12(24), 23–33.

Prastya, Y., & Suryadi. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Korea pada Konsumen di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i1.503>.

Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>.

Sari, D. K., & Sudardjat, I. (2015). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*. 1, 49–56.

Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.

Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Translitera: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.945>.

Wibowo, D. E., & Madusari, B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap

Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73-77. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>.

Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(2), 83-98.

Wijaya, S. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 161-168. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>.

Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49-57. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>.

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah*, 7(1), 17-23. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>