

DAFTAR PUSTAKA

- “Cara Memperoleh Sertifikasi Halal MUI”. Portal Informasi Indonesia. 29 April, 2019. <http://www.indonesia.go.id/layanan/perdagangan/ekonomi/cara-memperoleh-sertifikasi-halal-mui>
- “Duel Seru Mie Instan: Indomie Vs Mie Sedaap”. Beritaradar - 16 Mei, 2020. <https://beritaradar.com/2020/05/16/duel-seru-mie-istan-indomie-vs-mie-sedap/>.
- “Mana Logo Halal yang Resmi?”. Replubika. 13 Maret, 2015. <http://m.replubika.co.id/berita/n1524k9/mana-logo-yang-resmi>.
- “Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 Tahun 1999 Label dan Iklan Pangan”. JDIH BPK RI-20 Agustus, 2020. <http://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/54404>.
- “Persaingan Industri Mie di Indonesia”. CDMI. - 02 Agustus, 2020. <http://www.cdmione.com/persaingan-industri-mie-di-indonesia/>.
- “Prosedur Sertifikasi Halal MUI”, LPPOM MUI. 22 Januari, 2018. <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui>.
- Agustina, Eka. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian One Push Vape di Kecamatan Kertosono*”. Simki-Economic 1. No. 9 (2017): 1-15.
- Al-Bara, Rahmayanti Nasution. “*Analisis Pengaruh Label Halal pada Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian*”, Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam (2018) - 17 Oktober, 2019 - <http://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA. 2018.
- Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Halim, 2014.
- Amilia, Suri, M. Oloan Asmara Nst. “*Pengaruh Citramerek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*”. Jurnal Manajemen dan Keuangan 6. No. 1 (2017): 660-669.

- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001.
- Bahtiar, M. Yusuf. “*Pengaruh Label Halal pada Produk dalam Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*”. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung: 45 - 55.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dkk. “*Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa*”. Jurnal Manajemen dan Keuangan 6. No. 2 (2017): 430-439.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia. 2014.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning and Strategy*. Pasuruan: Qiara Media. 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018.
- H., Eri Agustian, Sujana. “*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s Canello*”. Jimkes: Jurnal Ilmiah Manajemen 1. No. 2 (2013): 169-178.
- Harahap, Darwis, dkk, “*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padang Simpuan*”. At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam 4. No. 2 (2018): 185-203.
- Herdiana, Nana, Abdurrahman. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA. 2018.
- Irawan, dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta: BPFE. 2001.
- Ismaulina, Maisyarah. “*Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan*”.

Indomie pada Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe".
Manajerial: 12. No. 2 (2020). 185-197.

- Kotler, Philip, Garry Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2006.
- Kotler, Philip, Kevin Lan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid Satu*, Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip, Kevin Lan Keller. *Manajemen Pemasaran*. terj. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13. Jakarta: Erlangga. 2008
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, dkk. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia Edisi Ketiga*. Terj. Ahmad Lukman. Jakarta: Indeks. 2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Terj. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benjamin Molan,. Jakarta: Prehallindo. 2002.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Kusnandar, Viva Budy. "Inilah 10 Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbesar Dunia 2018", Juli. 03, 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/inilah-10-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbesar-dunia-2018>.
- Lestari, Sumi, dkk."Bentuk Warning Label (Pictorial, Information, and Question Warning Label) untuk Menurunkan Intensi Mengonsumsi Mie Instan pada Mahasiswa di Kota Malang". Jurnal Psikologi Integratif 4. No. 02 (2016): 148-160.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Masrukin. *Statistik Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Press. 2008.
- Mie Sedaap. 12 September, 2020. http://www.pondok.biz/id3/813-710/Mie-Sedaap_104353_pondok.html.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group. 2010.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada Univesity Press. 2005.

- Nugroho, Luky. *Tidak ada Label Halal: Haram?*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing. 2018.
- Nurrohman, Yulfan Arif, Rina Sari Qurniawati, “Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan IAIN SURAKARTA, Among Makarti, Volume 12, No. 24 (2019): 23-33.
- Pelu, Muhammad Ibnu Elmi As. *Label Halal Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: Madani. 2009.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom. 2010
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam*. Depok: PT. Raja Grafindo. 2016.
- Soehartono, Irwan. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2002.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: EKONISIA. 2001.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.2010.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi. 2006.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS. 2013.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan dan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Jakarta: PT. Buku Seru. 2013.
- Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran..* Jakarta: Graha Ilmu. 2012.

- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish. 2015.
- Suyanto, M. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Swasty, Wirania. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA. 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Brand & Strategy Management*. Yogyakarta: ANDI. 2005.
- Utami, Wahyu Sri, Wawancara oleh Penulis, Wawancara 1, transkrip, 14 Maret 2020.
- Zulham. *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana. 2018.
- Sinegar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Hermawan, Sigit. Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creativ. 2015.

