

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi kajian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo: Yogyakarta. 2015.
- Afrianty, Nonie dan Detri Agustina. Pengaruh *Islamic Branding* dan *Product Ingredients* terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu”, *Journal of Islamic Economic and Finance Studies* 1. no. 2. 2020.
- Ajzen, Icek and Martin Fishbein. *Attitudes and The Attitude-Bhavior Relation : Reasoned and Automatic Processes*. *European Review of Social Psychology* 11, no. 1. 2003.
- Albert Kurniawan. *Metode Riset Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Ali, Muchtar. Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal, *Jurnal Ahkam* 16. no. 2. 2016.
- Amalia, Rika Yulita dan Syifa Fauziah. Perilaku Konsumen Milenial Muslim pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3. no. 2. 2018.
- Amilia, Suri dan Oloan Asmara Nst. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6. no. 1. 2017.
- Aminuddin, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)”, *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (Jram)*, 5, no. 2 Desember 2018.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 14. no. 2. 2016.
- Aptaguna, A dan Pitaloka. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”. *Widyakala* 3. 2016.
- Arista, Desi dan Sri Rahayu Tri Astuti. “Analisa pengaruh iklan kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP* 13. No.1.
- Bancin, John Budiman. *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing. 2021.

- Berkah Bacaan Al-Qur'an di Kemasan KHQ. diakses 22 Maret 2022.
<https://www.kompasiana.com/penaulum/5b27118fbde57517e3046eb2/berkah-bacaan-alquran-di-air-kemasan-kh-q>.
- Bharmawan, Agus Surya dan Naufal Hanif. *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), 3.
https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_JASA/4LheEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=menciptakan+kepuasan+pelanggan&printsec=frontcover.
- Dermawan, Deni. *Metodologi Kajian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2013.
- Dharma, Budhi. *Statistika kajian Memakai SPSS*. Jakarta: Guepedia. 2018.
- Fadhillah, Nurul, Ahmad Kholil, Muhammad Zuhirsyan. Pengaruh Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Martabak Buffet ahmad Salim Medan. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam* 03 no. 02. 2021.
- Fauzi, Ahmad Nailul. "Komodifikasi Agama terhadap Pembacaan (Khataman) Al Qur'an Air Kemasan KhQ PT. Buya Barokah". *Jurnal Studi Al Quran dan Al Hadits*. 7. No. 2 Desember 2019.
- Fitriya, Elok. Analisa Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia* 2, no. 1. 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS* 19. Semarang: Badan Penerbit-Undip. 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS* 23. edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018.
- Hendradewi, Savitri, dkk. Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26. no. 2 2021.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi kajian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Qur'an Kuningan. 2019.
<http://182.23.90.6/index.php/JIP/article/view/1510/250>.
<https://www.beritayudha.com/bisnis/pr59630020/industri-makanan-dan-minuman-sumbang-kontribusi-pertumbuhan-ekonomi> diakses pada 11 Maret 2022.
- Hutomo, Mulyono Sri. *Industri Makanan dan Minuman Sumbang Kontribusi Pertumbuhan Ekonomi*.

- Ishaq dan adistiari Prayoga. “Kesadaran Halal dalam Minat Beli Produk Kue yag Belum Bersertifikat Halal, “*Prosiding Seminar Nasional Halal Awareness*. 2007.
- Jalil, Md. Abdul dan Muhammad Khalilur Rahman. The Impact of Islamic Branding on Consumer Prefernce towards Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia, *Journal of Islamic Banking and Finance* 2. no. 1. 2014.
- Kamilah, Ghina. Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.6. no. 2 Juli 2017.
- Kayawati, Lilis dan Esa Kurnia. Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economics and Business Management International journal* 3. no. 3.2021.
- Khadijah, Siti dan Oni Anita Wulandari. *Islamic Branding* Restoran Korea terhadap Minat Beli Konsumen.*Jurnal Makna* 6. no. 1. 2020.
- Khotimah, Husnul et al. Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli.*Journal of Economic Education* 5, no. 2. 2016.
- Kuncoro, Mudrajad.*Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit. 2001.
- Kusumastuti, Adhi dkk.*Metode kajian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. 2011.
- Mahyarni. Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1. 2003.
- Mahyarni.*Theory of Reaoned Action dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tntang Perilaku. *Jurnal ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim-Riau* 4. no. 1. 2013.
- Mardiansyah, dkk. Analisa Hubungan Citra Merek (Brand Image) dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada PT. Asia Surya Perkasa Cabang Pangkal Pinang).*Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis* 10. no.1. 2016.
- Masrukhin.*Merode Kajian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Bru Press. 2015.
- Masrukhin.*Metode Kajian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus. 2009.
- Masrukin.*Statistik Deskriptif dan Inferensiasi Aplikasi Program SPSS dan Excel, Ed. 2*. Kudus: Media Ilmu Press. 2018.
- Mengenal KhQ, Air Minum dengan kandungan Berkah Khataman Qur'an, diakses 18 Maret 2022.

<https://energibangsa.id/mengenal-khq-air-minum-dengankandungan-berkah-khataman-quran/>.

- Najmudin, dkk. The Effect of Halal Awareness and Food Ingredients on Consumer Interest of Culinry Seafood Beach Tourism. *Journal Islamicocomic* 12, no. 1. 2021.
- Nopisari, dkk. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *Jurnal Ekonomi* 03. no. 1. 2021.
- Nopisari, Musnaini dan Wiara Sanchia Grafita Ryana Devi. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *EKONAM: Jurnal Ekonomi* 03.no. 1. 2021.
- Nopisari, Musnini dkk. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *Jurnal Ekonomi* 03, no. 1. 2021.
- Pambudi. Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (studi pada Pemuda Muslim Bandar Lampung).
- Penduduk Indonesia Beragama Islam. diakses 18 Maret 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak8688penduduk-indonesia-beragama-islam>.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2017
- Priyanta, Surya Eka. *Analisa Statistik Sosial Rangkaian Kajian Kuantitatif Memakai SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2020.
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Medikom 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif Dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2009.
- Raufu and Naqiyuddin. *Pepole's Awareness on Halal Foods and Products Potential Issues For Policy-Makers*.
- Raufu, Abdul and Ahmad Naqiyuddin. "People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues For Policy-Makers." *Procedia – ocial and Behavioral Sciences* 121. 2004.
- Rini, Anissa Sulisty. "Investasi Industri Air Minum Kemasan Terus tumbuh". *Bisnis.com*
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190711/257/1123195/investasi-industri-air-minum-kemasan-terus-tumbuh>.
- Saifudin. Pengaruh Iklan Islami Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Matahari Dept. Store di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 07. no. 2. 2019.

- Seni, Ni Nyoman Anggar and Ni Made Dwi Ratnadi. Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6. no. 12. 2017.
- Septiani, Devi dan Ahmad Ajib Ridlwan. "The Effects of Halal Certification and Halal Awareness Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia", *Indonesian Jurnal of Halal Research* 2. No. 2. 2020.
- Setyawan, Dodiet Aditya. *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Tahta Media. 2021.
- Setyowati, Ratri. Pengaruh Kesadaran Halal, Norma Subyektif dan *Perceived Behavior Control* terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts di Kota Solo.
- Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Kajian Kuantitatif Kajian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020)
- Sudarso, Anggraeni Pratama Indrianro. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Ades di Yogyakarta". *KINERJA Jurnal Ekonomi & Manajemen* 18, no. 2. 2021.
- Sugiyono. *Metode Kajian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sugiyono. *Metode Kajian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Syofian Siregar. *Metode Kajian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: KENCANA. 2013.
- Triatmadja, Radianta. *Teknik Penyediaan Air Minum Perpipaan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2019.
https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Penyediaan_Air_Minum_PerpipaanjkaaDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=teknik+penyediaan+air+minum+perpipaan&printsec=frontcover.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode Kajian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya. 2019.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=DEugDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+kuantitatif&ots=HkydnGq0lu&sig=jorY_38NMjTKXxw2Wq-P72C7UbE&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kuantitatif&f=false
- Widyaningrum, Premi Wahyu. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2. no.2. 2019.

- Yuniarto, Bambang. *Membangun Kesadaran Warga Negara Dalam Pelestarian Lingkungan*. Yogyakarta: Deepublis. 2018.
- Yunus dkk. Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Mnufacturer. *Social and Behavior Sciences* 130. 2014.
- Yusa, Viola de dan Anugrah Lihin Hastono. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Rivero di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen FE* 12. no. 1. 2018.
- Yusuf , A Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan kajian Gabungan Ed.* Jakarta: Kencana. 2014.

