

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Alyssa Putri. "Pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, *Brand Image* dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Buatan Indonesia." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, no. 2 (2021): 388.
- Alfian, Ian. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan." *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 126.
- Audinovic, Vizcardine. 1 April 2022 pukul 19.50 WIB. <https://m.merdeka.com/santos-jaya-abadi/profil>
- Cahyani, Intan Ayu, dan Ginanjar Syamsuar. "Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk Good Day (Studi Kasus di Kelurahan Sungai Bambu), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia." (2020): 4.
- Chusnah, dan Ahmad Zaenuri, "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 2 (2020): 78.
- Desmayonda, Ananda, dan Arlin Ferlina Mochammad Trenggana. "Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 1 (2019): 181-183.
- Dewi, Siti Kumala. "Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil." *Jurnal Manajemen* 9, no. 2 (2017): 107.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Undip, 2011.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Harahap, Darwis. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 4, no.2, (2018): 196.
- Hayet. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)." *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1, (2019): 23-25.
- Imamuddin, M. "Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatra Barat." *Journal of Social Community* 5, no. 1 (2020): 15.

- Kamilah, Ghina. “Pengaruh labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 2 (2017): 2.
- Karyawati, Lilis, dan Esa Kurnia. “Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah.” *Economic and Business Management International Journal* 3, no. 3 (2021) : 46-47.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kurniawan, Daniel. “Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, dan Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Money Fintech pada Mahasiswa di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal EMBA* 9, no. 3 (2021): 697.
- Kurniawan, Henricus Adi, dan Farida Indriani. “Pengaruh *Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, dan Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada Motor Kawasaki Ninja 250 FI di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 4 (2018): 3.
- Laraswati, Niken Dwita. “Pengaruh Iklan dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap *Brand Awareness*, serta Implikasinya pada Minat Beli Produk Kopi Instan Good Day.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 16, no. 2, 2018: 39.
- Limoputro, Kevin Renata, dan Gamaliel Waney. “Pengaruh *Product Knowledge* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Ngohiong Merek M&B.” *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis* 2, no. 6 (2018): 708.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI, 2017.
- Maisari, Rena. “Pengaruh *Brand Image, Brand Personality* terhadap *Word of Mouth* serta Dampaknya Minat Beli (Studi pada Konsumen Kopi Good Day di Kecamatan Kebumen).” (2018): 2.
- Mardiatmoko, Gun. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]).” *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* 14, (2020):335.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Masrukin. *Buku Latian SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Pers, 2010.
- Maulani, Amira Nurifah. “Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan *Brand Image* Kopi Good Day pada Minat Beli Konsumen.” 4.
- Mertokusumo, Sudikno. *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 2006.

- Muhyidin, Nurlina T, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2018.
- Mulyadi, Alfi Isa, dan Saifuddin Zuhri. “Analisis Strategi *Brand Image* Kedai Kopi “Moeng Kopi” Melalui Media Sosial Instagram.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2020) : 114-115.
- Nugrahini, Lestari. “Pengaruh Harga, Promosi dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Enervon Active serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen di Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Kedokteran* 6, no. 3 (2019): 68-69.
- Pratomo, Hengky. “Analisis Perilaku Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi Solok Radjo di Era New Normal (Studi Kasus pada *Coffee Shop Rimbun Espresso and Brew Bar Kota Padang*.)” *Jurnal Research Ilmu Pertanian* 1, no. 1 (2021) : 64.
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Puspita, Priska. 1 April 2022 pukul 21.10 WIB. <https://priskapuspitablog.wordpress.com/2017/12/10/para-pecinta-kopi-wajib-tau-nih-perusahaan-kopi-swasta-santos-jaya-abadi/>
- Putra, Made Pramana, dan Ni Made Asti Aksari. “Analisis Perbandingan *Brand Equity* Produk Indocafe dengan Good Day di Kota Denpasar.” *Jurnal Manajemen*, 2018 : 3.
- Putri, Afrianingsih. “Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi di Masa Pandemi Covid-19 pada *Coffee Shop* Kota Padang.” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 5, no. 4 (2021) : 1309.
- Putri, Raissa Ariany. “Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Minuman Milktea Oleh Mahasiswa Universitas Padjajaran di Jatinagor.” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 5, no. 4 (2021) : 1096.
- Rahmawati, Ita. “Analisis *Experiential Marketing, Perceived Quality* dan *Advertising* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Good Day Cappucino.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 3 (2021): 843.
- Ridwan, Luthfi Maulana. “Pengaruh *Product Knowledge* dan *Brand Association* terhadap *Purchase Intention* Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok.” *Jurnal Pariwisata* 5, no. 1 (2018): 70.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta:CV ANDI OFFSET, 2013.
- Sanita, Santi. “Pengaruh *Product Knowledge* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis).” *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 174-175.
- Santoso, Imam. “Penggunaan *Feature Selection* di Algoritma Support Vector Machine untuk Sentimen Analisis Komisi Pemilihan Umum.” *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi* 3, no. 3 (2021): 366.
- Siagian, Gary Yefta Herbeth. “Perilaku Konsumen Atas Atribut Kopi Instan Good Day pada Mahasiswa STIENI Jakarta.” 22.
- Sterie, Wua Gloria. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado.” *Jurnal EMBA*, Vol.7 No.4, (2019): 3140-3141.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suparwi dan Syarifatul Fitriyani. “Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2, (2020): 254.
- Supriyadi, Endang Irawan, dan Dianing Banyu Asih. “Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal di Indonesia.” *Jurnal Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Bandung* 2, no. 1 (2020): 21-22.
- Susanti, Era. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no.1 (2018): 46.
- Tim Shahih. *Al –Qur’an Tajwid Warna, Terjemah Indonesia: Plus Transliterasi Latin*. Shahih, 2015.
- Wibowo, Dwi Edi, dan Benny Diah Mandusari. “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan.” *Indonesian Journal of Halal*. 75.
- Yuliawan, Kristia. “Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 43-44.

- Yuliyzar, Ismayudin. “Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui DayaTarik Iklan dan label Halal Produk Lipcream Emina pada Universitas Muhammadiyah Tangerang.” 3-4.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung : CV Pustaka Setia, 2015.
- Zaluchu, Sonny Eli. “Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di Dalam Penelitian Agama.” *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 4, no. 1 (2020): 32-33.

