

DAFTAR REFERENSI

- Adetiya, L & Rahmawan, G. 2021. ‘*The Effect of Product Quality, Innovation and Price To Purchasing Decisions of Noolde Products*’, *International Journal of Multi Science*, 1(10), hal. 60-70, ISSN: 2722-2985.
- A, Agu Godswill and C, kechukwu Favour. 2018. *Impact of Television Advertisement on Undergraduate Students’ Purchase Decision on Indomie Noodles*. *Journal of Economics and Management ScienceS*, 1(3), hal. 27, ISSN 2576-3008, DOI: <https://doi.org/10.30560/jems.v1n3p27>
- A, Izzudin. 2018. ‘Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner’, *Jurnal Penelitian Ipteks*,3(2), ISSN: 2459-9921
- Akoja, Mofoluke et al. 2017. *Listeners Perception Of Babcock University Campus Radio Programmes On Faith And Healthy Living*, *Caleb Journal of Social and Management Sciences*, 3(2), hal. 59-75, ISSN: 2504-9518, DOI: <https://doi.org/1026772/cjsms/2017030203>
- Alkatiri Suhailah. 2017. ‘Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari *Departement Store Manado Town Square*’, *EMBA*, 5(2), hal. 1781-1792, ISSN: 2303-1174.
- Andi. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- A, Satria. 2017. ‘Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36’, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2(1), ISSN: 2252-9993, DOI: 10.34127/jrlab.v6i1.169
- Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Ayuniyyah, Qurroh et al (2017). ‘*Factors Affecting Consumers Decision in Purchasing MUI Halal-Certified Food Products*’, *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, ISSN: 2460-0717, DOI: 10.30993/tifbr.v10i2.111.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Konsumsi mi instan di Indonesia. 2020*.
- Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Durianto. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek Edisi 10*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Febriyani, I. (2018) *Pengaruh Label Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma’had Al-Jami’ah Ulil Al-Absar*, hal. 75383.
- Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit

Universitas Diponegoro

- Hastuti, D dan Suryadi, N. 2020. Pengaruh Brand Ambassador, Iklan, dan Harga Terhadap Minat Pembelian Mie Sedaap oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), ISSN: 2775-6068.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta. Andi Offset
- Kotler & Keller (2012) *Manajemen Pemasaran Edisi 10*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- L, Windiana dan D, Putri. 2021. 'Pengaruh Logo Halal Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen UMM *Bakery*', *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis JEPA*, 5(4), ISSN: 2614-4670.
- Inesti, L dan Handayani, S. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pop Mie Cup (Studi Kasus Di Wilayah Kemanggisan Jakarta Barat). *JCA of Economics*, 1(2), hal. 503-512, ISSN: 2087-8133.
- Ma'ali, A. 2018 'Bauran promosi pada pt. griya interindo abadi (goodrich galery) cabang semarang', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), hal. 951-952.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Na'im, A., Kusnandar and Adi, R. K. 2020. 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret', *AGRISTA*, Vol. 8 No. 3 September 2020, hal. 169-181, ISSN : 2302-1713.
- N, Setiawaty. 2017. 'Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Gunadarma, Depok)', *Ekonomi Bisnis* 22(1), ISSN: 0853-862
- Nurhidayah et al. 2018. 'Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang', *EcoGen*, 1(4), hal. 967-976, DOI:

<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5676>

- P, Muniarty. 2021. 'Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1). ISSN: 1979-0155
- R, Utami dan H, Saputra. 2017. 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan', *Jurnal Niagawan*, 6(2), ISSN: 2301-7775.
- Sari, Y. 2019. Pengaruh Brand Image dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Survey Pada Pengguna Kosmetik Di Kota Jambi).
- Susanto, Eko Hary. 2018. Analisis Penggunaan Label Halal pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat. 5(2). 40-51