

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawan, A. (2023). Potensi dan strategi perkembangan kuliner halal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(7), 3036-3071. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3041/2614>
- Adi, A. F. R. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi, Studi pada waroeng spesial sambal cabang Lampersari Semarang*: 1-75. <http://eprints.undip.ac.id/35758/1/ADI.pdf>
- Akhmadi, Agus. (2019). Moderasi beragama dalam keragaman indonesia religious moderation in Indonesia's diversity. *Jurnal Diklat Keagamaan*. 13(2), 45-55. <https://kua-bali.id/storage/app/uploads/public/619/606/004/6196060044dd0744554085.pdf>
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Cetakan pertama. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428-435, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146/764>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Cetakan pertama. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Hasan. C. S. (2008). Islamic Marketer Ethict and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *Islamic Econ*, Volume 21, 27-46, <https://bit.ly/3LZamh4>
- Hasanah. Fauziah. Kurniawan. (2000). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*. 10(10). 1-10, <https://osf.io/preprints/osf/6ps2q>
- Hasil Wawancara dengan Bapak Wagiman selaku pemilik Warteg Mazbah di Jakarta Selatan, tanggal 27 mei 2024.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Pasri selaku pemilik Warteg Mazbah di Jakarta Selatan, tanggal 27 mei 2024.

Hasil Wawancara dengan Mas Haris selaku pelanggan Warteg Mazbah di Jakarta Selatan, tanggal 28 mei 2024.

Hasil Wawancara dengan Mas Izma selaku pelanggan Warteg Mazbah di Jakarta Selatan, tanggal 28 mei 2024.

Ilham, M. (2021, September 6). Jumlah Warteg yang ada di Jakarta.
<https://ilhammukti.medium.com/berapa-jumlah-warteg-yang-ada-di-jakarta-bede9ac8d53>

Jonathan Wilson. (2012). Looking at Islamic Marketing, Branding and Muslim Consumer Behaviour beyond the 7P's: The Call for Supportive Couse and More P's Please, *Journal of Islamic Marketing*3, No. 3, 212-16.
<https://doi.org/10.1108/17590831211259718>

Fikriyah, Khusnul. (2020). *Strategi Pemasaran Syariah*. Indramayu : CV. Adanu Abimata.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 15-61.
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/10942/5/Bab%20II.pdf>

Kusumawaty, Y. (2018). Strategi pemasaran produk makanan ringan khas Riau". *Jurnal Agribisnis*, 20. No. 2, 124-138.
<https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Mursalin, H. (2003). Perilaku Sadar Halal pada Generasi Muslim Milenial. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(3), 697-710. <https://doi.org/10.33367/ijhass.v4i3.4561>

Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2021). Tantangan dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Indonesia. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 123-140.
<https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>

Priyono, F. A., Rifa'i, M. N., & Hakim, A. L. (2023). Strategi Promosi Produk Halal Home Industry: Studi pada Industri Rumahan Mangathat, kec. Karangploso, kab. Malang. *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 2(2), 083-096.
<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/ijiedi/article/view/27147/12460>

Salehudin, I., & Mukhlis, B. M. (2012). Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan Di Lapangan (Halal Marketing: Concept, Implication and Field Finding. *Dulu mendengar sekarang bicara: kumpulan tulisan ekonom muda FEUI*: 293-305.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2387273

Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Tjiptono, F. (1995). Strategi pemasaran, 1-35. [https://repository.um-surabaya.ac.id/5016/3/BAB II.pdf](https://repository.um-surabaya.ac.id/5016/3/BAB%20II.pdf)

