

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.  
<https://doi.org/10.53429/Jdes.V9ino.1.307>
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Arifin, A. A., Musafa, S., Iqbal Surya Pratikto, M., Mazza Basya, M., & Azizah Malik, R. (2021). Mekanisme Pengawasan Halal Supply Chains Di Pasar Tradisional Indonesia Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen (Studi Kasus: Komoditi Daging Ayam Dan Sapi Di Empat Pasar Tradisional Surabaya). *Oeconomicus Journal Of Economics*, 5(2), 133–156.
- Astria, R., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Di Kota Langsa. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 1(1), 53–63.
- Audina, M., Yunus, R., A Parinding, K., & Anwar Nasruddin, M. (2024). The Role Of Micro, Small, And Medium Enterprises In Improving Community Welfare. *Golden Ratio Of Data In Summary*, 4(1), 81–89.  
<https://doi.org/10.52970/Grdis.V4i1.516>
- Az-Zahra, N., & Ika Khusnia Anggraini. (2023). Pengaruh Halal Awareness, Harga,

Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Di Surabaya.  
*Islamic Economics And Finance In Focus*, 2(2), 287–299.  
<https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.02.10>

Azizah, S. N., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2022). Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint Terhadap Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara Pada Bagian Pengadaan Barang/Jasa Sekretariat Kota Bandar Lampung. *Smart: Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology*, 2(1), 67–77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Baviga, R., Irvianti, L. S. D., Napisah, S., Adhikara, C. T., & Boari, Y. (2023). Manajemen Umkm: Mengelola Sdm Untuk Meningkatkan Produktifitas Umkm Di Indonesia. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia. In *Journal Of Japan Society For Bronchology* (Issue December).

Budiyanto, E., & Indriyani, N. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Toko Roti Di Surabaya. *Yos Soedarso Economics Journal*, 2(3), 56–62.

Daga, R., & Andi Jenni Indriakati. (2022). Religiosity, Social And Psychological Factors On Purchase Decisions And Consumer Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 26(3), 469–491. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i3.941>

Danish, T., Amin, A., & Imam, H. (2023). Impact Of Pester Power And Cultural Factor On Parental Buying Decision. *International Journal Of Management Research And Emerging Sciences*, 13(2), 22–40.  
<http://repository.kln.ac.id/handle/123456789/23597>

- Darmawan, F. (2015). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pemanfaatan E-Learning (Studi Kasus: E-Learning IF UNPAS). *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 7(4), 63.
- Esa, I., Masud, F., & Yusuf Agung Gunanto, E. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 283. <https://doi.org/10.30868/Ad.V5i02.1316>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/Impis.V3i1.840>
- Hafidz, M. I. (2018). Pengaruh Faktor Budaya Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Prudential Life Assurance. *Jurnal Mandiri*, 2(2), 245–260. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V2i2.42>
- Hanifah Putri, M., Syahidah Sari, N., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen).
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Hapsari Distya Riski. (2019). , *Intan Kusumaningrum 1* , *Siti Aminah 1* , *Sri Dewi*

*Puspitasari I. 05(2), 196–203.*

Hartono, B., & Mukhlisoh, S. N. (2022). Pengaruh Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Tradisional. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 162–172. <https://doi.org/10.31294/Eco.V6i2.12245>

Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/E-Bisma.V1i2.195>

Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

Intan, T. (2021). Budaya Konsumen Dan Remaja Perempuan Dalam Kumpulan Cerpen Satu Hari Berani Karya Sitta Karina. *Jurnal Sastra Indonesia*, 10(1), 23–30. <https://doi.org/10.15294/Jsi.V10i1.40395>

Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.

Kadita, Pati, K., Indeks, N., Ig, G., Glikemik, B., Tingkat, D. A. N., Pada, K., & Kumo, F. (2016). *Journal Of Nutrition*. 4(Jilid 5), 360–367.

Lailla, N., & Tarmizi, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan

Terhadap Minat Beli Makanan Di Food Court Umj. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 1177, 1–14.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/Manova.V3i2.301>

Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang. *11*(1), 92–105.

Maroah, S., & Ulfa, M. (2021). Pengaruh Faktor-Faktor Budaya, Sosial, Personal, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ikan Laut. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 126. <https://doi.org/10.30651/Imp.V1i2.9796>

Muhammad Dody Darmawan. (2018). The Effect Of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image On Purchase Decision Process Of Loop Product On Youth Segment (Case Study Of Pt Telekomunikasi Selular). *Proceeding Of International Seminar & Conference On Learning Organization*, 0(0), 294–309. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/isclo/article/view/7032>

Muhrayanti, S., & Utama, I. N. (2024). Analisis Faktor Sosial Dan Budaya Konsumen Dalam Mempengaruhi Perilaku Pembelian Produk Alfamart Sumbawa Besar. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3(2), 274–285. <https://doi.org/10.58406/Samalewa.V3i2.1349>

- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). *Pembukuan Sederhana Bagi Umkm.*
- Nisak, S. C., Pudyaningsih, A. R., & Hastari, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Mr. Crunch. *Jurnal EMA*, 5(2), 54–65. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.52>
- Nunung. (2021). Analisis Perilaku Wirausaha Masyarakat. *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 2715-0216
- Nur Cahyo, K., & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada Pt Brainmatics Cipta Informatika. In *Journal Of Information System Research (Josh)* (Vol. 1, Issue 1).
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/Impis.V3i2.1128>
- Puji Yuwanna Prasetyo, D. (2023). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Djieb : Diponegoro Journal Of Islamic Economics And Business*, 3(1), 46–56.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/Jas.V5i2.18162>
- Rakasyifa, I., & Mukti, G. W. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi

Keputusan Pembelian Sayur Dan Buah Di Ritel Online (Suatu Kasus Pada Konsumen Ritel Online Di Jakarta). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 275. <https://doi.org/10.25157/Ma.V6i1.3141>

Rustawati, R., Nasution, S., & Yanti, R. T. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Mc.Donald's Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 180–188. <https://doi.org/10.37676/Ekombis.V10i1.1754>

Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>

Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 42–53. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>

Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 21–37. <https://doi.org/10.47435/Asy-Syarikah.V4i1.820>

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada

- Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 42–53. <https://doi.org/10.33061/Jeku.V19i1.3948>
- Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V16i1.1185>
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi Pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 35–44. <https://doi.org/10.36802/Jnanaloka.2021.V2-No1-35-44>
- Syarifah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal Onobogo Emba*, 5(2), 245–255. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/15551>
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di Umkm Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 61–64. <https://doi.org/10.51805/Jpbm.V1i1.12>
- Wilda Yulia Rusyida. (2022). Pengaruh Kemampuan Manajerial, Literasi Keuangan, Dan Mitigasi Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha Umkm.

*Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, 1(1), 01–*

19. <https://doi.org/10.58192/Wawasan.V1i1.181>

Yetmi, F., Harahap, F. S. D., & Lestari, W. (2021). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Konsumsi Fast Food Pada Siswa Di Sma Cerdas Bangsa Kabupaten Deli Serdang Tahun 2020. *Jurnal Hasil Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 1–23.

Yuliara, i made. (2016). *Modul*.

