

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2020, April). Retrieved from <https://quran.kemenag.go.id/>
- Ade Luvitania, P. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kue Medan Napoleon (Studi pada Konsumen Produk Kue Medan Napoleon)*. 2018.
- Akhmad, Husen dkk. (2018). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol. 4, No.2, Desember.
- Alfian, Ian. (2017). *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi Islam .
- Alma, B dkk. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Alva, R. dkk. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Kangzen Kenko Indonesia di Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 5, No. 3, September, 4586-4587.
- Anwar, S. (2018). *Pendidikan Islam Dalam Membangun Karakter Bangsa di Era Milenial*. Jurnal Pendidikan Islam, Vol.9, No. 2, 233-247.
- Aulia, Almira Nur. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal*. Skripsi thesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2021, Februari). Retrieved from <https://www.bps.go.id>
- Buletin Dakwah Kaffah*. Edisi 116. (November 2019).
- Defva, Praptiolayasa dkk. (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi Mojokerto)*. JIAGABI, Vol. 8, No. 1 , Januari.
- Djazuli, H. A. (2011). *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fatih, I dkk. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah*

- Um- Al hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi (JAB)*, Vol. 57, No.1, April, 182-183.
- Firman, Kurniawan dkk. (2018). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber merek Asus)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 56, No. 1, Maret.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Edisi Keempat*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Cetakan 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Demand. (2021, Februari). Retrieved from <https://instantnoodles.org/en/noodles/market.html>
- Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ike Venessa & Arifin Zainul. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51, No. 1, Oktober, 45-46.
- Ilham, Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Imam Ibnu, K. (2012). *Kisah-kisah Para Nabi*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Imani, Eva Nurcholis. (2015). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth secara Islami (Studi Pada Kafe Kopinion Pizza)*.
- Jumiati, Safitri. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Nescafe Di Kecamatan Minas Kabupaten Siak*.
- Kara, Muslimin H. (2012). *Bank Syari'ah di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Keegan, Warren J. (1995). *Global Marketing Management. 5 Edition*. Upper Sadder River: Pearson Education.
- Keller, K. dan Lane. (2010 ). *Strategic Brand Management: Bulding, Measuring, and Managing Brand Equity. International Edition*. New Jersey: Pearson Education.

- Kertajaya, Hermawan. (2007). *Positioning, Differensiasi, and Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kiki, Joesyiana. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shoppe Di Pekanbaru (Survei pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. Jurnal Valuta, Vol. 4, No. 1, April, 73-75.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga .
- \_\_\_\_\_. (1997). *Manajemen Pemasaran (ninth ed.) (Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Jakarta: Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta.
- Kristaberyl, Btari Luki. (2018). *Pengaruh Citra Produk, Citra Perusahaan, dan Citra Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian (Purchase Decision) Pada Konsumen Starbucks. Other Thesis, Unika Soegijapranata Semarang*
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, A dkk. (2013). *Pendiidkan Karakter Perspektif Islam*. Bandung: Rosdakarya.
- Mochamad Fardian & Hidayat, Imam. (2019). *Pengaruhh Promosi, Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Vivo*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 8, No. 1, Januari, 10-11.
- Mohani, Abdul dkk. (2016). *The Perception of Malaysian Consumers on the Importance of Halal Logo in Their Purchasing Decision*. IOSR Journal of Humanities and Social Science, Vol. 21. Issue. 10 , October.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana.
- Muh. Ichwan Musa. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar*. Jurnal Economix, VoL. 5, No. 1, Juni.
- Muhammad Syakir, S. (2004). *Syari'ah Marketing* . Jakarta: Gema Insani.

- Mukhtaraji, I. (2021, April). *Retorika dalam Dakwah* . Retrieved from [http://indramukhtaraji.blogspot.com/2014/10/retorika-dalam-dakwah\\_20.html?m=1](http://indramukhtaraji.blogspot.com/2014/10/retorika-dalam-dakwah_20.html?m=1)
- Nanda Purnama & Khuzaini. (2016). *Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 1, Januari, 5-6.
- Nur, A'mirah Hassan Basri dkk. (2016). *Effect of Word Of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay upscale restaurant*. Journal Social and Behavioral Sciences, 222.
- Nuran, Wibisono. (2021, Februari). *Samyang dan Rasa Pedas akan menguasai dunia*. Retrieved from <https://tirto.id/bagaimana-samyang-dan-rasa-pedas-akan-menguasai-dunia-cdtf>
- Ody, Yustiawan & Prijati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 2, Februari, 8-10.
- Penjualan Mie Samyang. (2021, Februari). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/>
- Popon Srisusilawati, d. (2019). *Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen*. Ekonomi Syariah Indonesia.
- Premi, Wahyu Widyaningrum. (2016). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. 6, No. 2, Desember.
- Priskyla, Wenda Rumondor dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata di Kawangkoan* . Jurnal EMBA, Vol. 5 , No. 2, Juni.
- Rahadi, Kunjana dkk. (2016). *Pragmatik Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa*. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, Ervina. (2017). *Analisis Pengaruh Brand image dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dala Perspektif Ekonoomi Islam (Studi Pada Bakso Son Haji Sony I-X Bandar Lampung)*.

- Rahmawati, Ayu Kartika dan Taurina, Dian. (2011). *Analisis Pengaruh Advertising dan WOM Terhadap Brand Image Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*.
- Rea, Alfiana. (2014). *Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Kouloura Coffe Shop*.
- Rika, P dkk. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*. *Journal Of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2, No.1 , Januari, 150-151.
- Ririn,T.R. dan Mastuti,H.A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Risna, dkk. (2021). *Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsluk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo*. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Januari, 86-87.
- Rosen, Emanuel. (2004). *Kiat Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rosmitha Siti, R. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Samit, Chakraborty & Sheppard, Lynn. (2016). *An Explanatory study on Indian Young Consumer's Luxury Consumption: The Underlying Relationship of Interpersonal Influence, Brand Image, Brand Consciousness and demographic components with luxury brand Purchase Decison*. *International Journal of Current Engineering and Technology*, Vol 6, No. 2, April.
- Samyang Food. (2021, Februari). Retrieved from <https://www.samyangfoods.com/>
- Sapie, M.J. (2017). *Konsep Pola Makan Sehat Dalam Perspektif Hadits Menurut Pengkajian Sanad dan Matan Hadist Riwayat Ahmad*.
- Shilachul, A dkk. (2018). *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 62, No.1, September, 129-130.

- Siti Suriati, R. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen di Pajus Medan)*.
- Sucipto, Agus. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN-Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke- 23*. CV Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, danang. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syafrida, Dkk. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan*. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, November, 1-4.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Awards. Top Brand Index 2019-2021. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Mie](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Mie). Diakses pada tanggal 9 Agustus 2021.
- Yuly, Rahmi Pratiwi. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru*. *JOM FISIP*, Vol. 4, No. 1, Februari.
- Yunitasari, Fitri. (2018). *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.