

DAFTAR PUSTAKA

- Affifatusholihah, L., & Nistia Sari, T. (2024). The Impact of Brand Image, Customer Experience, and Promotional Offers on Customer Loyalty in Technology Companies in Jakarta Article Info ABSTRACT. In *West Science Journal Economic and Entrepreneurship* (Vol. 2, Number 04).
- Al-Jazairi, A. B. (2022). *Kitab Akhlak*. Ummul Qura. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/9cfaf804-4128-43f8-8c43-5b120d2ca084/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Alwendo, M. R. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Capaya (Papaya Chips Seblak Flavor)*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/10372/1/SKRIPSI%20M.%20RYANSY%20AHYUVAN.%20A%201811140104%20.pdf>
- Amelia, D. P., Firdaus, M. R., & Rusniati, R. (2025). Price, Halal Awareness, Halal Label, and Product Quality Effects on Purchase Decisions of Halal-Packaged Foods: The Mediating Role of Brand Image. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 13(3), 160–167. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/jwm.v13i3.456>
- Amin, S. M. (2022). *Ilmu Akhlak*. Amzah.
- Amirullah. (2017). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket*. Media Nusa Creative.
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. indomedia pustaka cv.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *JUPE: Jurnal Pendidikan Ekonomi. Volume 08, Nomor 03, Halaman 86 -94*, 08(03), 86–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Brand Image, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 19–28. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.214>
- Atia, A., Majid, M. S. Abd., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the Effects of Customer Satisfaction and Bank Reputation on the Relationship between Services Quality and Loyalty of Islamic Banking Customers. *Malaysian Journal Of Consumer And Family Economics*, 25.

- Bahri, K. N. (2023). *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk Umkm Fesyen Hijab*. Rizmedia Pustaka Indonesia. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/1cb7da67-3999-4cbe-b091-3154e4a6c78a>
- Bricci, L., A. Fragata, & J. Antunes. (2016). BriThe Effect of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in the Distribution Sector. *Journal of Economics, Bussiness and Management*, 4(2), 173–177.
- Camelia, M., & Ekawati, C. (2024). Pengaruh Label Halal, Kualitas Layanan, dan Lokasi Pelanggan Muslim dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening di Industri Makanan UMKM Kota Ambon Provinsi Maluku. *Sosio E-Kons*, 16(3), 238. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i3.25931>
- Daud, R. F. (2021). *Public Relations dan Brand Image Warunk Upnormal*. Bintang Pustaka Madani.
- Detik Food. (2022). 7 Restoran Sushi Murah Meriah. <https://share.google/xPdmPh0kVtO6maY06>.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Google Maps. (2025, October). *Jumlah Cabang Restoran Sushi di Jakarta*. <https://maps.app.goo.gl/bnzT3sZUEVnfNZ8x8>
- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815–824.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered
- Halal Food. (2021). *December 2021 In partnership with The National Committee for Islamic Economy and Finance (KNEKS) Indonesia 2021 Halal Food*. <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-halal-food-lifestyle-indonesia-2021.html>
- Hanafiah, A., Reinarto, R., Wibowo, M. W., Permana, D., & Putri, A. (2024). Customer Loyalty Dynamics: The Influence of Halal Certification, Trust, and Brand Preference in the Indonesian Fast Food Industry. *Internasional Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, 3(11), 1305–1320. <https://doi.org/10.55927/ijis.v3i11.12624>

- Hendrayani, E., Ningsih, A., Triani, M., & Arief, M. L. (2022). Brand Image sebagai Mediasi Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pondok Raos di Kota Solok. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 17(1), 69–73.
- Hermanto. (2024). *Fikih Makanan dan Minuman Kontemporer*.
- Hertina, D., Sulasmi, S., Taufik, M. Z., Sutarto, S., Aziza, N., Suharyanto, S., Heryani, A., Iskandar, A., Lukito, D., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ>
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on the Purchasing Decision Process of Wardah Cosmetics by Using Brand Image as an Intervening Variable. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 02(1), 139–155. <https://journal.staitaruna.ac.id/index.php/ijith/article/view/87/78>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*. Vol 4 No 3, Hal 112-121 , 4(3), 112–121. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300/201>
- Irmasari, G., Rifqi, M., & Umam, K. (2025). Peran Brand Image Dalam Mediasi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Matahari. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3).
- Islamiah, F., Rusmiati, R., & Adawiah, R. (2023). Peran citra merek sebagai mediasi pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(03), 472–479.
- Khan, M., Farasat, M., Aslam, R., & Gull, M. (2024). Building Brand Image and Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Engagement. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(2). <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i2.2152>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmad, T. A. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=AU5PEQAAQBAJ>
- Laksono, F. A. L., Mardani, R. M., & Bastomi, M. (2025). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Kampus Swasta Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 1344–1354.
- Metasari, R. (2024). *Akhlaq Mahmudah*. Elementa Media Literasi.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/c287e5f0-12d1-456b-a8c8-3a10a0088adb/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Muhajir, A., & Dawi, N. N. (2023). *Buku referensi: Manajemen Bisnis Halal*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Mujito. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa: Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Diva Pustaka. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/b106df7e-88b8-4dbb-9bf2-cf75bac897e1>
- Muna, A. N., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Ta Wan Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7, 24–35.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/download/32568/12368>
- Nalendra, A. R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun). *JITK: JURNAL ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI KOMPUTER*, 3(2), 281–287.
<https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jitk/article/view/360/317>
- Nuranti, B. R., Rahayu, S., Ansori, A. D., Shofro, P. A., Ardana Tibaroiya, M., & Nugroho, A. A. (2024). and Customer Loyalty: Moderating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Research in Social Science And Humanities*, 4(2).
<https://doi.org/10.47679/jrssh.v4i2.207>
- Nurlaela, Pettenreng, H. A. Muh. A., & Hamid, Abd. H. (2021). *Produk Halal: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. CV Berkah Utami.
- Nurrokhim, M. R., Mufliah, A., & Sunardi, A. R. (2023). Ayat Dan Hadist Tentang Takaran Dan Timbangan (Studi Kasus Penjual Beras di Pasar Sebo Kecamatan Watulimo). *Jurnal Pendidikan, Keislaman, Dan Kemasyarakatan*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.69834/dn.v13i1.108>

- Oktaviani, I., & Pujiyanto, R. (2023). *Ekonomi Manajemen : Ekonomi Manajerial*. Pustaka Baru Press. <https://books.google.co.id/books?id=FfAC0AEACAAJ>
- Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (2017). *A Preface To Marketing Management (14th Ed.)*. Mc Graw Hill Education. <https://fliphtml5.com/lnym/ujam/basic>
- Pratama, J., & Lestari, R. B. (n.d.). *4 TH MDP STUDENT CONFERENCE (MSC) 2025 Universitas Multi Data Palembang | 731 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Urban Laundry Palembang*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Purwoko, harry. (2021). *Marketing Management: Theory & Aplication*. Euraka Media Aksara.
- Puspaningrum, A. (2021). *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermart*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). <https://books.google.co.id/books?id=5wdMEAAAQBAJ>
- Putra, Aris Try Andreas. (2025). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teoritis dan Praktis*. Amerta Media.
- Putri, S. M. Z., & Canggi, C. (2025). Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Customer Experience, Label Halal dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Avoskin. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2025.vol8\(1\).21187](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2025.vol8(1).21187)
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek di Media Sosial dan Penerapannya pada TV Berita*. Deepublish.
- Radnan, Y., & Christin, V. (2023). The Effect of Self-Service Technology Service Quality on Customer Loyalty and Behavioral Intention. *KINERJA*, 27(1), 107–128.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dedi Rianto Rahadi*.
- Rahmaniar, A., Syahirah, A. N., Tiara, A., & Abimanyu, A. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer*. PT. Rekacipta Proxy Media.
- Ramadhania, E. N., Ayuanti, R. N., & Saputra, B. M. (2025). Peran Brand Image dalam memediasi Pengaruh Label Halal dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Keripik UD. Citra Mandiri). *BENEFIT*:

- Journal Of Business, Economics, And Finance*, 3(2), 2415–2428.
<https://doi.org/https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1210>
- Rifai, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Hikam Pustaka.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/b7b6e1c3-b0f8-434a-acd1-e9b22033ab0a>
- Rifa'i, K. (2021). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Hikam Pustaka.
- Seruni, D. P., Irnad, Agusti, N., & Laksono, P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Solaria. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2), 2025.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/5721/2403/>
- Setiabudhi, H., Suwono, Y. A. S. , & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS*. Borneo Novelty Publishing.
- Setyawan, D. A., Devryani, A., Huda, N., Rahmadilyani, N., Patryani, R. E., & Sulostyyawati, E. C. (2021). *Buku Ajar Statistika*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Simanjuntak, D. C. Y. (2021). *Monograf: Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Lembaga Kursus*.
- Siregar, L. A. N., & Harahap, I. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Zoya Cabang Medan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal At-Tawassuth*, 4(1), 89–113.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sukmana, F. H., & Maryanti, S. (2019). Telaah Konseptual Relationship Marketing Dan Perkembangannya. *Jurnal Distribusi (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 7(1), 47–62.
<https://distribusi.unram.ac.id/index.php/distribusi/article/view/56/pdf>
- Sushi Tei Group. (2018). *Certification*. Sushiteigroup.Co.Id.
- TikTok. (2025, October). *Jumlah Tagar TikTok Restoran Sushi*.
<https://www.tiktok.com/tag/tomsushi>
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- Trihastuti, A. E. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus*. Deepublish.
<https://kubuku.id/detail/manajemen-pemasaran-plus--/61906>

- Wibowo, B., & Heryjanto, A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasi Citra Merek di Tokopedia. *JoB & AM: Journal of Bussiness and Applied Management*, 13(1), 83–101. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/viewFile/2133/1738>
- Wibowo, D. E., & Madusari, B. D. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan*. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ijh/article/view/3400/pdf>
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kotemporer*. CV Pustaka Setia.
- Wisnawa, I. M. W., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata* (W. N. Cahyo (ed.)). Deepublish.