

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, S. I. (2025). Halal Label and Legality on Purchasing Decision : A Case Study of JacQue Products. *Golden Ratio Of Data In Summary*, 5(4), 929–932. <https://doi.org/https://doi.org/10.52970/grdis.v5i4.1046>
- Antiko, B., Hidayati, N., & Basalamah, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan Dan Legalitas Produk (PIRT) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM “Srikandi” KOTA BATU (Study Kasus Pada Desa Gondorejo Kecamatan Batu Kota Batu). *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 10(06), 15–25.
- BPS. (2025). *Ekonomi Indonesia Triwulan II-2025 Tumbuh 4,04 Persen (Q-to-Q); 5,12 Persen (Y-on-Y); Semester I-2025 Tumbuh 4,99 Persen (C-to-C)*. Badan Pusat Statistik Kab. Kediri. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/08/05/2455/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2025-tumbuh-4-04-persen--q-to-q---5-12-persen--y-on-y---semester-i-2025-tumbuh-4-99-persen--c-to-c--.html>
- Choiriyah, F. U., Ashilah, K., & Istiadah. (2023). The Analysis Of The Influence Of Product Design And Packaging On Customers’ Interest In Buying Tape 41 In Wringin Village In The Pandemic Era. *International Journal of Entrepreneurship & Tourism*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.58709/niujhu.v8i4.1741>
- Dewa, R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Analisis Cita Rasa, Citra Merek Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jawi Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 2, 624–634.
- Diana, Y., Arnita, V., Rahayu, S., & Nasution, F. F. (2024). Strategi Kualitas Produk , Kemasan , dan Harga Kue Jajanan Pasar Produk UMKM Terhadap Keputusan Pembelian di Desa Kota Pari. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1989–1997.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.researchgate.net/publication/289671928_Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_IBM_SPSS_21_Update_PLS_Regresi
- Hafizi, M. A., & Athar, H. S. (2024). Pengaruh Sertifikat Halal, Legalitas Usaha, dan Kualitas Kemasan dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue Dikota Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 100–105. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.578>

- Hariyania, N., & Kadariah, S. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal , Cita Rasa Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus Remaja di Kecamatan Medan Deli). *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 2(1).
- Hasan, S. W., Nur, Y., & Bahasoan, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Yappay Di Sungguminasa. *Nobel Management Review*, 4(1), 131–141.
- Hidayat, T., & Febriyanto. (2022). Pengaruh Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4), 1020–1032.
- Ibadurrahman, & Hafid, A. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–9.
- Junaidi, M., Martiah, A., Sulaimawan, D., & Partayasa, K. (2023). Imbas Kemasan dan Citra Merek Dalam Keputusan Pembelian Produk UMKM Khas Lampung. *ECo-Buss*, 6(2), 895–905. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.1062>
- Kemenperin. (2024). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Perindustrian Tahun 2024 – Subsektor Industri Makanan dan Minuman. In *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. <https://id.scribd.com/document/873998666/Laporan-Akuntabilitas-Kinerja-Kemenperin-2024?utm>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2020). Principles of Marketing 19th Ed. Global Ed. In *Pearson*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). Principles of Marketing 19th Ed. Global Ed. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management 14 E. In *Marketing Management: A Cultural Perspective*. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Lailiyah, N., & Fauzan, F. (2022). Pengaruh Kemasan (Packaging) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove Di Pasuruan. *An-Nibraas*, 1(02), 113–133. <https://doi.org/10.62589/jurnalpemikiranislam.v1i02.33>
- Ningsih, M. R. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 22(3), 281–291.

- Paramita, S. (2023). Pengaruh Stres Kerja, Work Life Balance Dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Perawat Di Rs. Siloam Kebon Jeruk. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta Indonesia*.
- Philip, K., & Lane, K. K. (2021). Chinsuvapala, P. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane. (2016). *Marketing Management*. (15th global edition) Edinburgh: Pearson Education. (679 pp). *Kasem Bundit Journal*, 18(02), 180–183.
- Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (B. Ismaya (ed.); cetakan pe). CV Saba Jaya Publisher. <https://www.researchgate.net/publication/377469385>
- Putri, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Legalitas Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Es Teh Poci (Studi Kasus Pada Konsumen Es Teh Poci Di Cabang Bojong, Kabupaten Pekalongan)*.
- Putri, A., & S, N, B. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualiatas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Jatibening Bekasi. *Human Capital Development*, 10(2), 1–11. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd/article/view/2467>
- Rambe, N. S., Nasution, A. P., & Simanjorang, E. F. S. (2026). Pengaruh Cita Rasa , Lokasi Dan Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Es Teler Zira. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 5(1). <https://ejournal.lapad.id/jebmak/article/view/1498/1015>
- Samudro, A., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, E. Z. (2020). Assessing the effects of perceived quality and perceived value on customer satisfaction Andreas. *Management Science Letters*, 10, 1077–1084. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.001>
- Saputra, R., & Sumaryanto. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Ampyang. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 2(2), 01–14. <https://doi.org/doi.org/10.61132/jpaes.v2i2.892>
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 19–27. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.612>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson. Silayoi,. Pearson Education Inc.

- Septika, B. H., Krisnahadi, T., & Wulandari, Y. E. (2023). Analisis Pengaruh Merek dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk UKM Kale Cookie. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 11(April), 86–90.
- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Ed 2, Cet 3, Thn 2021 (Edisi 2 Ce). Alfabeta.
https://elibrary.unpas.ac.id/index.php?id=19316&keywords=&p=show_detail
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., & Milasari, L. A. (2021). *Statistik Ekonomi 1* (Ulfa (ed.); cetakan 1). Zahir Publishing.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *Aplikasi Spss 25.0 Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri .
- Tusril, Y., Ikhvansatriyo, Y., Chairani, A., & Gultom, A. W. (2025). Pengaruh Cita Rasa dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Dieng Prabumulih. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 462–473. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5423>
- Whalley, A. (2017). *Strategic Marketing* (Pertama). bookboon.com.
- Zelibu, Y. (2024). Analysis of Digital Marketing Literacy, Product Legality On Purchasing Decisions With Consumer Protection As Mediation For Smes In Labuhanbatu. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 5(1), 1–10.