

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. (2019). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of A Brand Name*, The Free Press. In New York, NY.
- Agus Sunyoto. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Akhiyar. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Daging (Nugget) Merek So Good Pada Konsumen Muslim Supermarket Hypermart Sun Plaza Medan.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5*. Bandung: CV Alfabeta. In Bandung: CV Alfabeta.
- Amanda Miska Faradisha, Anisa Indrianti, Emily Isnania, Eva Fitria Anggraeni, Nayna Salwa Fitriana, Niken Meisya Putri, Patmei Dwi Rahayu, Sasa Diana Az Zahra, S. D. N. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5092–5097. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1390>
- Amrullah, A. (2023). Determinants of Consumer Purchase Intentions on Halal Products. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(1). <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i1.46825>
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Dinnul Alfian Akbar, & Chandra Zaky Maulana. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 137–147.
- Diskanadia, K., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Fransisca Carmelia Siahaana, Dede Ansyari Gucib, P. L. G. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Di Kota Medan. 6.
- Ghosal, I., Prasad, B., & Behera, M. (2020). Impact of Affiliate Marketing on E-Buying Behavior of Millennial – A TAM Based Approach With Text Analysis. *SSRN Electronic Journal*, January. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3638929>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun, 6(2).

- Helianthusonfri, J. (2018). Panduan Affiliate Marketing untuk Pemula. PT Elex Media Komputindo.
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1).
- Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Manajemen* (14th ed.). harlow pearson.
- Kurniawati, M. R. (2020). Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>
- Kurniawan, B., Sutrisno, S., & Damayanti, L. (2021). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kabupaten Kendal). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 476–486. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i2.30562>
- Muhammad, A. A. (2018). Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, Promosi, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Jakarta. In *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume*.
- Munir, M. S., Wati, J., Wulan, R., & Wati, S. B. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5092–5097. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1390>
- Putra, P. (2021). Pengaruh Brand Equity dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fiesta Chicken Nugget. *Amsir Management Journal*, 1(2), 71–80. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.20>
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1). <https://doi.org/10.24127/jm.v17i1.977>
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Global Edition. Pearson Higher Education, London.
- Sitorus, S. A., M.Si Nada Arina Romli, M.I.Kom Chairul Pua Tingga, S.Sos, M.M. Ni Putu Sukanteri, SP., M.Agb. Seprianti Eka Putri, S.E., M.Si Antonius Philippus Kurniawan Ghetta, S.E., M.M. Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S.E., M.M., M.Si Kristian Suhartadi Widi Nugraha, S.E., M. M., & Putu Chris Susanto, MBA, M.Ed., CMA Yunita Primasanti, ST., MT Mutia Ulfah, S.E., M. M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. In Cv. Media Sains Indonesia (Issue January).
- Sugiyono. (2023). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R &D*.

- Świtała, M., & Łukasiewicz, A. (2021). Brand Equity as a determinant of customer cooperation growth in the road freight transport industry. *Transport Problems*, 16(3). <https://doi.org/10.21307/TP-2021-041>
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In 1.
- Tobing, W. T. M. (2022). Pemasaran Digital Yang Perlu Anda Ketahui Di Dalam Bisnis. Universitas STEKOM.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In Eureka Media Aksara.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- www.halalmui.org. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan & kosmetika, Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).
- <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- <https://doi.org/10.55927/jambak.v3i1.9175>
- https://e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/16?utm_source=chatgpt.com
- Simamora, B. (2004). Panduan riset perilaku konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sitorus, T., Tarigan, J., & Siahaan, R. (2022). Pengaruh Brand Equity terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk Kuliner. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 145-156.
- Tobing, L. M. (2022). Pengaruh Affiliate Marketing dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(1), 45-58.
- Andini, V., Akbar, D. A., & Maulana, C. Z. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 145-155.