

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PELAYANAN, DAN
LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MUSLIM PADA BISNIS *FOOD AND
BEVERAGES* (F&B) DI JALAN TUNJUNGAN KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh :

ATI KO

NIM : 08020420042



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya, Atiko, 08020420042, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 Desember 2024



ATI KO

NIM. 08020420042


LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 16 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen pembimbing,


Dr. Siti Musfiqoh, MEI.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PELAYANAN, DAN
LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MUSLIM PADA BISNIS *FOOD AND*
***BEVERAGES* (F&B) DI JALAN TUNJUNGAN KOTA**
SURABAYA

Oleh :

ATIKO

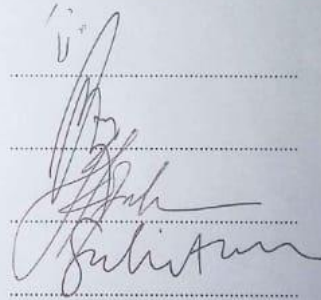
NIM: 08020420042

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji pada
Tanggal 07 Januari 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan penguji :

1. Dr. Siti Musfiqoh, MEI
NIP. 197608132006042002
(Penguji 1)
2. Dr. Hj. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP. 197308112005012003
(Penguji 2)
3. Masadah, MHI
NIP. 197812052006042003
(Penguji 3)
4. Selvia Eka Aristantia, S.A., M.A
NIP. 199307302019032029
(Penguji 4)

Tanda Tangan :



Surabaya, 07 Januari 2025

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : A T I K O
NIM : 08020420042
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi syariah
E-mail address : atikarahmania80@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PELAYANAN, DAN LABEL HALAL TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA BISNIS FOOD AND BEVERAGES (F&B) DI

JALAN TUNJUNGAN KOTA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Mei 2025

Penulis

(ATI KO)

ABSTRAK

Perkembangan industri makanan dan minuman (F&B) di kota-kota besar itu seperti Surabaya sangat pesat. Dengan persaingan yang ketat tersebut kemudian banyak faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di antaranya, gaya hidup, kualitas pelayanan, dan label halal adalah tiga elemen penting yang turut berperan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu peneliti akan membahas bagaimana gaya hidup, kualitas pelayanan, dan label halal itu mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen muslim pada Bisnis *Food And Beverages* (F&B) di Jalan Tunjungan Kota Surabaya baik secara parsial dan simultan. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Dimana jumlah sampel sebanyak 200 responden dari pengunjung dengan kriteria tertentu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *Purposive sampling*. Untuk Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS* versi 25, adapun analisisnya menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup, variabel Kualitas Pelayanan dan Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Kemudian secara simultan Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bisnis *Food And Beverages* (F&B) Di Jalan Tunjungan Kota Surabaya.

Diharapkan dengan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan berguna sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang mengelola Bisnis F&B di Jalan Tunjungan terutama dalam hal pembuatan kebijakan dengan mengukur gaya hidup Masyarakat, Meningkatkan Kualitas Pelayanan, dan penyantunan label halal agar dapat lebih memuaskan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Label Halal, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The development of the food and beverage (F&B) industry in big cities such as Surabaya is very rapid. With such tight competition, many factors influence consumer purchasing decisions. Among them, lifestyle, service quality, and halal labels are three important elements that play a role in determining consumer purchasing decisions. Therefore, researchers will discuss how lifestyle, service quality, and halal labels may influence consumer purchasing decisions.

This study aims to examine the influence of lifestyle, service quality, and halal labels on Muslim consumer purchasing decisions in the Food and Beverages (F&B) business on Jalan Tunjungan, Surabaya, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach, where the number of samples is 200 respondents from visitors with certain criteria. The sampling technique in this study uses non-probability sampling with a purposive sampling type. For data analysis in this study using SPSS software version 25, the analysis uses validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of the study indicate that partially lifestyle, Service Quality and Halal Label variables have a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions. Then simultaneously Lifestyle, Service Quality, and Halal Label have a significant effect on Consumer Purchasing Decisions in the Food and Beverages (F&B) Business on Jalan Tunjungan, Surabaya City.

It is hoped that the results of this research can provide useful and useful information as input for parties who manage F&B businesses on Jalan Tunjungan, especially in terms of making policies by measuring people's lifestyles, improving service quality, and including halal labels so that they can be more satisfying. and improve consumer purchasing decisions.

Keywords: Lifestyle, Service Quality, Halal Label, Purchase Decision

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
DECLARATION	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	14
2.2 Gaya Hidup	16
2.3 Kualitas Pelayanan	20
2.4 Label Halal	22
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
2.7 Pengembangan Hipotesis	35
2.8 Kerangka Konseptual	41
BAB 3 METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Tempat Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.5	Sumber Data	53
3.6	Teknik Pengumpulan Data	54
3.7	Teknik Analisis Data	55
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Gambaran Umum	64
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.3	Analisis Model	79
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	84
4.3.3	Uji Regresi Linier Berganda	87
4.3.4	Uji Hipotesis	88
4.3.5	Koefisiensi Determinasi	92
4.4	Pembahasan	93
4.4.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.4.3	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.4.4	Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	100
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA		105
Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian		110
Lampiran 2 : Hasil Output SPSS		118
Lampiran 3 : Hasil Distribusi Jawaban Kuisisioner		127
Lampiran 4 : Kuisisioner (<i>Google Form</i>)		147
Lampiran 5 : Biodata Peneliti		148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan konsumen <i>Ladeed deli</i> 2024.....	5
Gambar 1.2 Ulasan konsumen <i>Paper cup Coffe</i> 2024	5
Gambar 2.1 Segmen konsumen berdasarkan <i>VALS 2</i>	18
Gambar 2.2 Logo Halal Indonesia	24
Gambar 2.3 Kerangka konseptual.....	41
Gambar 4.1 r Tabel	80
Gambar 4.2 Grafik <i>P-Plot</i>	85
Gambar 4.3 Distribusi Nilai t Tabel.....	89
Gambar 4.4 Distribusi Nilai f Tabel	91



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Daftar Bangunan F&B di Koridor Jalan Tunjungan.....	44
Tabel 3.2 Daftar Bangunan F&B di Pasar Tunjungan	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional	49
Tabel 3. 4 Instrumen Skala Likert.....	53
Tabel 3. 5 Nilai (Skor)	55
Tabel 4.1 Status Responden.....	70
Tabel 4.2 Penghasilan Responden.....	72
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.4 Usia Responden	74
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Gaya Hidup (X1)	75
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	76
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Label halal (X3).....	77
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Gaya Hidup (X1)	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Label Halal (X3).....	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.14 Hasil <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji T	90
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	92
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	92

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif* (cetakan 1). Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adiputra, I., & sudarma, made. (2021). *Metodologi penelitian kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. 16(3).
- Budiastuti, D., & Agustinus, B. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas (Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS)*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Danang Sunyoto & Yanuar Saksono. (2022). *Perilaku Konsumen* (Magister Alfatah Kalijaga, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinely, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Fahlevi, M. I., & Tantra, T. (t.t.). *Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue*.

- Fahmi, C. (2023). Pentingnya Sertifikasi Halal Bagi Produsen dan Konsumen. *Pusat Halal UNAIR*.
<https://halal.unair.ac.id/blog/2023/09/01/pentingnya-sertifikasi-halal-bagi-produsen-dan-konsumen/#:~:text=Sertifikasi%20halal%20adalah%20suatu%20ja%20minan,aturan%20agama%20yang%20mereka%20anut.>
- Faulina, T., & Susanti, F. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Bintang Ponsel Padang*. 3.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (edisi kesembilan). universitas diponegoro : semarang.
- Haryono, J. M., & Ia, U. (2021). *Penataan Permukiman Di Kawasan Segiempat Tunjungan Kota Surabaya*. 2.
- Istiono, D., & Hernita, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi Jne Kabupaten Majalengka. *Jurnal Daya Saing*, 8(2), 271–276.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i2.899>
- Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024. (2024). *badan pusat statistik*.<https://www.bps.go.id/id/statisticstable/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Karimudin, A., Jannah, M., & Aiman, U. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2022). *Siaran Pers: Menparekraf Dorong 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Masuk di E-katalog LKPP*.
<https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dorong-17-subsektor-ekonomi-kreatif-masuk-di-e-katalog-lkpp>
- Khoeron, M. (2022, Maret 12). Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional. *Kementrian agama Republik Indonesia*.
<https://kemenag.go.id>
- Kotler, philip, & keller, kevin lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi ke 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Killer. (2016). *Marketing management* (edisi lima belas). Global edition.
- Kotler, & killer. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson Education : Inc.
- Kusumastuti, A., Mustamil Khoiron, A., & Ali Achmadi, T. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublish.

- Mahaitin, S., Vitryani, T., Wico J, T., & Purba, S. D. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi, Vol.5(2)*.
- Metode Penelitian Untuk Skripsi & Tesis Bisnis* (Edisi ke 2). (2014). Jakarta:Rajawali Pers.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen, 10(1)*, 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Murni, S., & Fajrina, N. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan*. 8(2).
- Nur, M. (2011). *Metode Peneitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama*. 5(3).
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking, 1(2)*, 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>
- Philip, kotler, & amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1&2* (Ed. 12). Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, E., Negoro, T., & Haykal, H. (2022). Teori Utilitarianisme Jeremy Bentham: Tujuan Hukum Atau Metode Pengujian Produk Hukum? *Jurnal Konstitusi, 19(2)*, 268. <https://doi.org/10.31078/jk1922>
- Purnomo, A. R. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. WADE GROUP.
- Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA), 2(1)*, 23–38. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.102>
- Qadrini, L., Ardiputra, S., & Seppewali, A. (2020). Bimbingan Teknis Olah Data Dengan Spss 25 Untuk Para Pegawai Kantor Bkad Kabupaten Majene. *Dharmakarya, 9(3)*, 184. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i3.29511>

- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). Mengarusutamakan Halal Lifestyle: Antara Peluang Dan Tantangan Kapasitas Perlindungan Sosial Dalam Trend Global. *AdBispreneur*, 6(2), 151. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>
- Riskawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Modern terhadap Penggunaan Android pada Mahasiswa Jurusan manajemen fakultas ekonomi dan Bisnis universitas muhammadiyah makasar. *Makassar: jurusan Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis*.
- Ruhaeni, N & Aqimuddin, E. (2023). *Halal food certification as an exception clause under the rule of the WTO-GATT: An Indonesia experience*, Cogent Social Sciences, 9(2), <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2260160>
- Setiadi, Dr. nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (edisi ketiga). Prenada Media grup.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan manual & SPSS* (Edisi pertama). Kencana Prenadamedia Group.
- Siyoto, sandu, & sodik, Ali. M. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tri Harinie, luluk, Triyono, A., & hanafiah, H. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media,.
- Ula, N., Ashilah, K., & Choiriyah, F. U. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Kasus Konsumen Mixue Jl. Jawa Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(11), 2657. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i11.383>

- Uliya, Z., Zulhadi, T., & Mahyarni, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah: (Studi Pada Konsumen di Kota Bengkalis). *Money: Journal Of Financial And Islamic Banking*, 1(2), 106–114. <https://doi.org/10.31004/money.v1i2.15287>
- Wardhono, W. (2005). Pengukuran Variabel. *Bina Ekonomi*, Vol.9(No.1).
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Wibowo, H. M. (2020). *Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Malang*.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>
- Yudha, A., & Yulianthini. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A