

No. Daftar FPEB: 0553/UN40.F7.S1/PK.05.01/2022

**MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK
BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:

Hanna Syahidah

1807615

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

Hanna Syahidah, 2022

*MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK
BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK**

Oleh:

Hanna Syahidah

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Hanna Syahidah

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

Hanna Syahidah, 2022

*MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Minat Beli Ulang Produk BreadTalk Berdasarkan Kesadaran Halal, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Hanna Syahidah

NIM. 1807615

Hanna Syahidah, 2022

MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN PELANGGAN, DAN CITRA MEREK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK
BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK**

Penyusun : Hanna Syahidah

NIM : 1807615

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juli 2022

Dosen Pembimbing I,



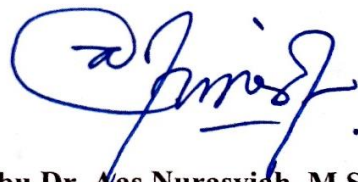
Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si.
NIP. 199003032018032001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Ibu Dr. As Nurasyiah, M.Si
NIP. 198406072014042001

LEMBAR ACC PERBAIKAN DRAFT SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jln. Dr. Setiabudhi No. 207 Bandung 40154 Telp. 2013163 Pes. 3410

LEMBAR ACC PERBAIKAN DRAFT SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Skripsi : 04 Agustus 2022
Nama : Hanna Syahidah
NIM : 1807615
Judul : **Minat Beli Ulang Produk Breadtalk
Berdasarkan Kesadaran Halal, Kepuasan
Pelanggan, dan Citra Merek**

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Juliana, M.E.Sy.	
2.	Rida Rosida, B.S., M.Sc.	
3.	Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.	

Bandung, Agustus 2022

Dosen Pembimbing I,

Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,

Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si.
NIP. 199003032018032001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si
NIP. 198406072014042001

Hanna Syahidah, 2022

**MINAT BELI ULANG PRODUK BREADTALK BERDASARKAN KESADARAN HALAL, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN CITRA MEREK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hanna Syahidah (1807615) “**Minat Beli Ulang Produk BreadTalk Berdasarkan Kesadaran Halal, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek**”, di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. dan Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si.

ABSTRAK

Kewajiban sertifikasi halal merupakan salah satu upaya pemerintah dalam memberikan jaminan kepada masyarakat Muslim dalam kegiatan konsumsi. Namun, masih banyak perusahaan makanan yang belum bersertifikat halal. Bahkan, masyarakat kerap melakukan pembelian ulang pada produk-produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran serta pengaruh dari tingkat kesadaran halal, tingkat kepuasan pelanggan, dan tingkat citra merek terhadap minat beli ulang konsumen pada produk BreadTalk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan aplikasi SmartPLS. Adapun responden dalam penelitian ini merupakan konsumen BreadTalk di Indonesia yang berjumlah 190 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran halal, tingkat kepuasan pelanggan, tingkat citra merek, dan tingkat minat beli ulang berada pada kategori tinggi. Selain itu, variabel kepuasan pelanggan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Sedangkan variabel kesadaran halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang konsumen. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak dalam meningkatkan pemahaman masyarakat muslim mengenai makanan halal sehingga dapat berkontribusi dalam strategi pengembangan minat beli ulang di Indonesia.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Minat Beli Ulang, BreadTalk

Hanna Syahidah (1807615) “*Repurchase Intention of BreadTalk Product Based on Halal Awareness, Customer Satisfaction, and Brand Image*”, under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. dan Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si.

ABSTRACT

The obligation of halal certification is one of the government's efforts in providing guarantees to the Muslim community in consumption activities. However, there are still many food companies that have not been halal certified. In fact, people often repurchase these products. This study aims to see the description and influence of the level of halal awareness, level of customer satisfaction, and level of brand image on consumer repurchase intention in BreadTalk products. The research method used was quantitative using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method with the SmartPLS application. The respondents in this study were BreadTalk consumers in Indonesia, amounting to 190 people. The results showed that the level of halal awareness, level of customer satisfaction, level of brand image, and level of repurchase intention were in the high category. In addition, the variables of customer satisfaction and brand image had a positive and significant effect on consumers' repurchase intention. The halal awareness variable had no influence on consumers' repurchase intention. This research is expected to provide benefits for various parties in increasing the understanding of the Muslim community about halal food so that it can contribute to the strategy of developing repurchase intention in Indonesia.

Keywords: *Halal Awareness, Customer Satisfaction, Brand Image, Repurchase Intention, BreadTalk*

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Minat Beli Ulang Produk BreadTalk Berdasarkan Kesadaran Halal, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek**”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya, dan juga para pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin.

Penyusunan ini tersaji dengan disertai bantuan dari berbagai pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung serta tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Kemudian, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dan dapat dijadikan koreksi untuk memperbaiki skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga para pembaca merasakan serta memperoleh manfaat dari skripsi ini.

Bandung, Juli 2022

Hanna Syahidah

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillahirabbil 'aalamiin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulis skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, kepada Abi Taufiq Sumpeno dan Ummi Raftika Dewi Refiati yang senantiasa memberikan do'a, didikan, dukungan moril maupun materil, kasih sayang, nasihat, serta usaha selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi di Program Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih yang tak terhingga atas semua yang telah diberikan sejak penulis dilahirkan hingga saat ini. Semoga Abi dan Ummi selalu diberikan kesehatan, lindungan, keberkahan, serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
2. Kelima adik kandung tersayang, yaitu Salma, Nida, Marwan, Sarah, dan Fatih yang selalu membuat rumah terasa sangat ramai dan hangat. Terima kasih telah menghibur penulis dalam proses penyusunan skripsi. Semoga adik-adik selalu diberikan kesehatan, ketenangan jiwa, dilancarkan pendidikannya, mendapat kebahagiaan, serta dilapangkan rezekinya.
3. Kakek dan Nenek Penulis, kepada Yangkung Sumpeno, Yangti Hutomahenasry, Aki M. Rafidi, dan Eni Tuti Barnasih. Terima kasih telah dengan tulus membesarkan, mendidik, memberikan nasihat, serta mendo'akan penulis sejak dilahirkan hingga saat ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, umur panjang, keberkahan, serta amal kebajikannya dibalas oleh Allah SWT.
4. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis, membantu, mengarahkan, membimbing, dan memfasilitasi kelancaran studi sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajibannya

sebagai Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih banyak untuk segala perhatian dan perjuangannya dalam mengharumkan Prodi IEKI.

5. Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama perkuliahan ini. Terima kasih atas bimbingan, perhatian, dukungan, motivasi, dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Semoga ibu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
6. Kedua dosen pembimbing skripsi, yaitu Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. dan Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si. Terima kasih telah membina dan meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan moril dengan ikhlas dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai. Semoga ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
7. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, yaitu Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd. M.Si., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd. M.E.Sy., M.Sc., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, SE., MSc., dan Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. selaku dosen yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi. Serta saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Lela dan Pak Hamidin selaku *Staff* Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan.
8. Sahabat-sahabat yang sudah penulis anggap seperti saudara sendiri. Kepada Rafika Halidaniar dan Marwah Zanirah. Terima kasih sudah selalu kebersamai, memberikan dukungan disegala kondisi, menjadi tempat berbagi disaat senang maupun sulit, serta menghadirkan kenyamanan bagi

penulis sejak kecil hingga saat ini. Semoga persahabatan ini selalu terjaga dan kekal abadi.

9. Kepada ‘PUDOT’ yaitu Nurul, Nanda, dan Putty. Sahabat - sahabat seperjuangan dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih banyak sudah menjadi sahabat yang baik, menemani, memberikan tempat singgah, menjadi tempat berbagi cerita dalam keadaan suka maupun duka, memberi dukungan, berbagi keceriaan dan menciptakan kenangan yang sangat indah di masa perkuliahan. Dimanapun kapal kalian berlabuh, penulis harap persahabatan ini tidak pernah usai.
10. Terima kasih banyak penulis ucapkan untuk Aisyah dan Riko yang telah menemani, berbagi cerita, memberikan kontribusi besar, memberikan arahan, selalu mendukung penulis di segala situasi dan kondisi, serta memberikan warna dalam perkuliahan penulis. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, keberkahan, kebahagiaan, kelapangan rezeki, dan kelancaran dalam hidup oleh Allah SWT.
11. Terima kasih kepada Julpa dan Randika yang selalu menolong disaat sulit, menjadi tempat berkeluh kesah, dan menghadirkan canda tawa bagi penulis. Tanpa adanya kalian, penulis tidak akan mampu bertahan pada masa perkuliahan ini. Semoga selalu sehat, dilancarkan rezekinya, dan persahabatan ini tetap terjalin hingga tua nanti.
12. Sahabat – sahabat penulis yang telah hadir sejak SMA, yaitu Dian, Syifa, Alya, Neisyah, Rania, dan Aghnia. Terima kasih karena telah menjadi teman yang baik dan sangat perhatian selama ini. Penulis sangat bersyukur memiliki kalian. Semoga kita terus berteman hingga tua nanti. Bahagia dan sukses selalu teman – teman.
13. Terima kasih untuk Sandra, Disya, Ajeng, Fauziah, Anisa Sabila, Farhan, Salman, Aitika, Teh Sera, Teh Amel, Teh Salsabila, Kang Daffa, Kang Malbi, dan Teh Kirana yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan mengenai penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikannya kalian semua.

14. Keluarga Besar IEKI khususnya angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kenangan, pelajaran, dan cerita selama perkuliahan. Sukses dan bahagia selalu untuk kalian semua.
15. Keluarga Besar Departemen Minat dan Bakat Tahun 2019 dan 2020. Terima kasih telah mengajarkan hal-hal baru bagi penulis, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan kenangan yang menyenangkan selama masa organisasi. Semoga kalian semua dilimpahkan kebahagiaan serta dilancarkan segala urusannya.
16. Terima kasih kepada Keluarga Besar DPM HIMA IEKI Tahun 2021 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih telah mengajarkan hal-hal baru bagi penulis, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan kenangan yang menyenangkan selama masa organisasi. Semoga kalian semua dilimpahkan kebahagiaan serta dilancarkan segala urusannya.
17. Terima kasih juga untuk kakak-kakak tingkat 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 dan adik-adik tingkat 2019, 2020, dan 2021 yang sudah memberikan pelajaran dan pengalaman bagi penulis. Semoga segala urusannya dipermudah oleh Allah SWT dalam setiap kegiatan.
18. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan senantiasa mendo'akan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
19. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih banyak telah berjuang dan bertahan hingga saat ini. Terima kasih karena telah bangkit beribu kali dan selalu berusaha melakukan yang terbaik. Terima kasih karena telah menjadi pribadi yang tangguh dan kuat. Semoga selalu diberikan kemudahan dan keberkahan oleh Allah SWT disetiap langkah selanjutnya.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan dunia dan akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

“Jazakumullah khairan katsiran. Wa jazakumullah ahsanal jaza”

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Teori Minat Beli Ulang	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Konsep Kesadaran Halal	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Konsep Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Keterkaitan Kesadaran Halal dengan Minat Beli Ulang.	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Keterkaitan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Keterkaitan Citra Merek dengan Minat Beli Ulang .	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.

3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Definisi Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .. Error! Bookmark not defined.		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Penelitian Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Tingkat Kesadaran Halal (X1).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Tingkat Kepuasan Pelanggan (X2)	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Tingkat Citra Merek (X3).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Tingkat Minat Beli Ulang (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.4	Analisis Data dengan Structural Equations Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS).....	Error! Bookmark not defined.

4.4.1	Pengujian <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif)	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pengujian <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural)	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Penjualan Roti 2020.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4	Skala Ukuran Semantik Diferensial.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Kesadaran Halal	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Tingkat Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Minat Beli Ulang...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.9	Hasil Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.10	Skala Pengukuran Kategori	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Kesadaran Halal.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12	Karakteristik Variabel Tingkat Kesadaran Halal Tiap Item .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kesadaran Halal	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14	Karakteristik Variabel Tingkat Kesadaran Halal untuk Skor Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Kesadaran Halal Tiap Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.16	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kesadaran Halal.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.17	Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.18	Karakteristik Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan Tiap Item	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.19 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.20 Karakteristik Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Skor Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.21 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan Tiap Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.22 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.23 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.24 Karakteristik Variabel Tingkat Citra Merek Tiap Item..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.25 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Citra Merek ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.26 Karakteristik Variabel Tingkat Citra Merek untuk Skor Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.27 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Citra Merek Tiap Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.28 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.29 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Minat Beli Ulang	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.30 Karakteristik Variabel Tingkat Minat Beli Ulang Tiap Item	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.31 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Minat Beli Ulang	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.32 Karakteristik Variabel Tingkat Minat Beli Ulang untuk Skor Variabel ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.33 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Minat Beli Ulang Tiap Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.34 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Minat Beli Ulang ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.35 Loading Factors Sebelum Perbaikan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.36 Loading Factors Setelah Perbaikan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.37 Fornell-Lacker Criterion	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.38 Cross Loading.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.39 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.40 Composite Reliability	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.41 Nilai R-Square.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.42 Variance Inflation Factor (VIF).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.43 Nilai F-Square	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.44 Hasil Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 3.3 Tahapan Pengujian PLS-SEM **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Rentang Usia..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Domisili **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4.10 Ouput Model Penelitian SEM-PLS **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2001. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdillah, W., & Hartono, J. 2014. *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Abdul Aziz, Y. dan Chok, N. V. 2013. "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach." *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* 25(1):1–23.
- Adirestuty, Fitranty, Mochammad Reza Ramdiana, Agus Rahayu, Hilda Monoarfa, Azlin Zanariah, Zamzuri Ahmad, and Nurazree Mahmud. 2021. "Are Non-Muslim Consumers Interested in Foods with the Halal Label?" *Advances in Economics, Business and Management Research* 187(Gcbme 2020):695–99.
- Al-Faqir, Anisyah. 2021. "Kesadaran Masyarakat Global Konsumsi Produk Halal Terus Meningkatkan | Merdeka.Com." Retrieved February 9, 2022 (<https://www.merdeka.com/uang/kesadaran-masyarakat-global-konsumsi-produk-halal-terus-meningkat.html>).
- Ambali, A.B & Bakar, A. .. 2014. "People's Awareness on Halal Foods and Products : Potential Issues for Policy-Marker." *Procedia-Sosial and Behavior Sciences* 121 3–25.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 1st ed. edited by Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior*. 6th ed. New York: Thomson Learning.
- Award, Top Brand. 2020. "Top Brand Award: Toko Roti/Bakery Fase 2 2020." Retrieved January 9, 2022 (<https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/toko-roti-bakery-fase-2-2020/>).
- Aziz, Y. A., & Vui, C. N. 2012. "The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention." in *Paper presented at the 3rd International Conference on Business and Economic Research, Indonesia*.
- Azwar, S. 2006. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A. & Byrne, D. 2004. *Social Psychology (10th Edition)*. New Delhi: Pearson Education.
- Bashir, Abdalla Mohamed. 2019. "Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention." *British Food Journal* 121(9):1998–2015.
- BreadTalk. 2022. "Tentang Kami." Retrieved January 17, 2022 (<https://www.breadtalk.co.id/>).

- Burhan, Fahmi Ahmad. 2020. "Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria." *Katadata.Co.Id*. Retrieved June 25, 2022 (<https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>).
- Choirudin, Amir. 2022. "Breadtalk." *Academia.Edu*. Retrieved June 23, 2022 (<https://www.academia.edu/5177309/Breadtalk>).
- Databoks Katadata. 2021. "Skor Indeks Makanan Halal Indonesia Peringkat 4 Di Dunia | Databoks." Retrieved January 14, 2022 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/06/skor-indeks-makanan-halal-indonesia-peringkat-4-di-dunia>).
- Detik News. 2008. "MUI: Waspada Kehalalan Roti BreadTalk." Retrieved March 11, 2022 (<https://news.detik.com/berita/d-919933/mui-waspada-kehalalan-roti-breadtalk>).
- Dharmayana, I., and Gede Rahanatha. 2017. "Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(4).
- Ellitan, Lena. 2022. "Increasing Repurchase Intention Through Experiential Marketing and Customer Satisfaction." *International Journal of Research (IJR)* 9(2):15–21.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P. .. 1995. *Consumer Behavior*. 8th ed. Orlando: The Dryden Press.
- Fajriani, Nur. 2019. "TRIBUNWIKI: Suka Makan Roti Bread Talk? Ini Sejarah Lahirnya Dan Outletnya Di Makassar - Tribun-Timur.Com." Retrieved January 7, 2022 (<https://makassar.tribunnews.com/2019/01/07/tribunwiki-suka-makan-roti-bread-talk-ini-sejarah-lahirnya-dan-outletnya-di-makassar>).
- Fandiyanto, Randika; Endriyasari Kurniawan, Ratih. 2019. "Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang 'Kopi Toraja' Di Coffee Josh Situbondo." *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 7(1):21–42.
- Farhan, Fikri, and Jundi Abdurobi. 2021. "Factors Affecting Muslim Students Repurchase Intention of Halal Food in Yogyakarta , Indonesia." *Journal of Economics and Related Studies* 3(1):28–39.
- Faturohman, Irgiana. 2019. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Makanan Halal. Studi Pada Konsumen Muslim Di Indonesia." *Jurnal Administrasi Niaga* 10(1):882–93.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Garson, G. D. 2016. *Partial Least Squares : Regression & Structural Equation Models*. USA: Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling: Alternatif Dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: Sage.
- Handi, Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hanjani Putri, Laurensia. 2016. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1(2):162–70.
- Hanum, Fauziyyah, and Adityawarman Adityawarman. 2020. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Roti Halal Pada Mahasiswa Muslim.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8(1):67–82.
- Harjasiwi, Dara Patria. 2014. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis 2010-2013).” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 1(2):86–100.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Pressdindo.
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono. 2010. *Indikator Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Huang, Ling Chuan, Ming Gao, and Ping Fu Hsu. 2019. “A Study on the Effect of Brand Image on Perceived Value and Repurchase Intention in Ecotourism Industry.” *Journal of Ecology* 28(107):283–87.
- Imran, Moch Irzad Aditya. 2018. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar.” *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 2(1):50–64.
- Intan, Novita. 2018. “Penjelasan BreadTalk Soal Sertifikasi Halal Dan Tikus.” *Republika*. Retrieved March 11, 2022 (<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/02/09/p3vc56383-penjelasan-breadtalk-soal-sertifikasi-halal-dan>)

tikus).

- Irwandi Jaswir, Elvina A. Rahayu, Nancy Dewi Yuliana, and Anna P. Roswiem. 2020. *Daftar Referensi Bahan-Bahan Yang Memiliki Titik Kritis Halal Dan Substitusi Bahan Non-Halal*. 1st ed. Jakarta: Komiter Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Izzuddin, Ahmad. 2018. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian Ipteks* 3(2):100–114.
- Jayani, Dwi Hadya. 2021. "Setelah Makanan, Pengeluaran Masyarakat Indonesia Banyak Untuk Beli Rokok Pada 2021 | Databoks." Retrieved December 29, 2021 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/04/setelah-makanan-pengeluaran-masyarakat-indonesia-banyak-untuk-beli-rokok-pada-2021>).
- Juliana. 2017. *Syariahprenneur Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat*. Bandung: Corbooks.
- Juniwati. 2019. "Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan." *Universitas Tanjungpura* 141–56.
- Karim, Rizuwan Abu ; Rahayu, Agus ; Mahmud, Nurazree ; Monoarfa, Hilda ; Bahtar, Azlin Zanariah ; Nazari, Zamzuri Ahmad ; Adirestuty, Fitranty. 2021. "An Application of TAM Model towards Influencing Online Purchase Intention during Covid-19 Pandemic for Fresh Agricultural Products: A Preliminary Findings." *AIP Conference Proceedings* 2347(1).
- Kertajaya, H., & Ridwansyah, A. 2014. *Wow Selling*. Jakarta: Gramedia.
- KNEKS. 2020. "Insight Buletin Ekonomi Syariah Edisi Kesepuluh: Potensi Indonesia Jadi Pusat Logistik Halal Dunia." *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, March, 1–20.
- Kotler, Phillip, dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 & 2*. 12th ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusdyah, Ike. 2012. "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal Manajemen* 7(1).
- Kusumawati, Ika Prataman, and Sutopo. 2013. "Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Management, House Of Raminten Yogyakarta)." *Diponogoro Journal of Management*.
- LPPOM MUI. 2014. "Titik Kritis Kehalalan Bakery." Retrieved August 10, 2022 (<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/titik-kritis-kehalalan-bakery>).
- LPPOM MUI. 2022. "Kaleidoskop Sertifikasi Halal Indonesia." Retrieved January 17,

- 2022 (<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/kaleidoskop-sertifikasi-halal-indonesia>).
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, R. F., A. Hermawan, and Y. H. Asnawi. 2019. "The Effect of Halal Awareness, Halal Certification and Halal Marketing Toward Halal Purchase Intention of Fast Food Among Muslim Millenials Generation." *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 90(6):76–83.
- Marsha, E., & Hayu, M. 2019. "Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetics Etude House." *Journal Of Management and Business Environment* 1(1).
- Mashitoh, A. Siti, A. R. Norhayati Rafida, and A. R. Alina. 2015. "Perception Towards Halal Awareness and Its Correlation with Halal Certification among Muslims." *Middle East Journal of Scientific Research* 16:1–4.
- Mauluddi, Setiawan & Hasbi Assidiki. 2019. "Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5(2):232–46.
- Monoarfa, Hilda, Juliana Juliana, Rahman Setiawan, and Rizuwan Abu Karim. 2021. "The Influences of Islamic Retail Mix Approach on Purchase Decisions." *Journal of Islamic Marketing*.
- Monoarfa, Hilda, Agus Rahayu, Fitrianty Adirestuty, Rizuwan Abu Karim, Azlin Zanariah Bahtar, Zamzuri Ahmad Nazari, and Nurazree Mahmud. 2022. "The Influence of Islamic Attributes on Tourist Satisfaction with Pull Motivation as an Intervening Variables." *International Journal of Tourism Cities* 8(1):140–52.
- Muflih, Muhammad, and Juliana Juliana. 2021. "Halal-Labeled Food Shopping Behavior: The Role of Spirituality, Image, Trust, and Satisfaction." *Journal of Islamic Marketing* 12(8):1603–18.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Nursalim, Alvin. 2020. "Usia Dapat Pengaruhi Selera Makan, Apa Benar?" *Klikdokter.Com*. Retrieved June 26, 2022 (<https://www.klikdokter.com/info-sehat/read/3610064/bagaimana-usia-memengaruhi-selera-makan>).
- Nusran, M., Alam, R., Triana, D., & Idri. 2019. "Management of Supply Chain Process for Meat Products." *Indonesian Journal of Halal Research* 1(1):18–25.
- Oliver, Riscrd L. 1997. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. Singapore: McGraw-Hill Education.

- Olson, J. Paul Peter & Jerry C. 2000. *Perilaku Konsumen 2*. 4th ed. Jakarta: Erlangga.
- Pasigai, Moh. Aris. 2009. "Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis." *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan* 1(1):51–56.
- Petriella, Yanita. 2019. "LPPOM UI: Baru 668.615 Produk Di Indonesia Tersertifikasi Halal." *Ekonomi Bisnis*. Retrieved March 11, 2022 (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190116/12/879298/lppom-ui-baru-668.615-produk-di-indonesia-tersertifikasi-halal>).
- Prastiwi, Septi Kurnia, and Zakky Fahma Auliya. 2016. "Do Halal Awareness Increasing Repurchase Intention?" *Jurnal Ebbank* 7(2):55–64.
- Prastyaningih, Ayu Sari. 2014. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kfc, Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) (Survei Pada Konsumen Di Lingkungan Warga Rw 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring 8-20, Lamongan)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 16(1):8–20.
- Presiden Republik Indonesia. 2020. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja." (052692).
- Raharjo. 2019. "Cara Uji Reliabilitas Split-Half Spearman Brown Dengan SPSS Lengkap." *Www.Spssindonesia.Com*.
- Rahmanda, Fakhri; Naili Farida. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada J . CO Donuts & Coffee Paragon Mall." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* X(I):866–78.
- Ramadhan, Afif Ghaffar, and Suryono Budi Santosa. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening." *Diponegoro Journal of Management* 6(1):1–12.
- Randi. 2016. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru)." *Jom Fisip* 3(2):2002.
- Rizaldi, Fiktor Alfian, and Tri Indra Wijaksana. 2019. "Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Ikan Sarden Pt Heinz Abc Indonesia." *E-Proceeding of Management* 6(1):999–1005.
- Rosa, Maya Citra. 2021. "2 Brand Roti Terkenal Tiba-Tiba Viral Belum Cantumkan Label Halal, Ini Komentar BBPOM Palembang - Sripoku.Com." Retrieved January 9, 2022 (<https://palembang.tribunnews.com/2021/04/05/2-brand-roti-terkenal-tiba-tiba-viral>).

belum-cantumkan-label-halal-ini-komentar-bbpom-palembang).

- Roslina. 2010. *Dasar-DasarPemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Safitri, Koko. 2017. “Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Storia Caffe MMXVI.” *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis* 3(1):66–75.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sekaran, Uma; Bougie, Roger. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septi S. K., dan Zakky F. A. 2016. “Apakah Halal Awareness Dapat Meningkatkan Repurchase Intention?” *Jurnal Ebbank* 7(2):55–64.
- Setyaningsih, Eka Dyah, and Marwansyah Sofyan. 2019. “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products.” *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 3(1):65.
- Shaari, J. A. N., and N. S. Mohd Arifin. 2010. “Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study.” *International Review of Business Research Papers* 6(4):444–56.
- Slameto. 2003. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Smesco Indonesia. 2021. “Label Halal Bikin Produk UMKM Makin Di Kenal.” Retrieved March 13, 2022 (<https://smesco.go.id/berita/label-halal-bikin-produk-umkm-makin-di-kenal>).
- State of the Global Islamic Economy Report. 2020. *State of the Global Islamic Economy Report Thriving in Uncertainty*.
- Sulaeman. 2021. “Penduduk RI 271,3 Juta per 2020, Jumlah Perempuan Lebih Banyak Dari Pria.” *Merdeka.Com*. Retrieved June 25, 2022 (<https://www.merdeka.com/Uang/Penduduk-Ri-2713-Juta-Per-2020-Jumlah-Perempuan-Lebih-Banyak-Dari-Pria.Html>).
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik: Prespektif Perilaku Konsumen Indonesia Dan Marketing Plan*. Jakarta: PT.Ghalia.
- Supriyanto, Ellysa Rahma Santi; Akhmad. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’Licious).” *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 4(1):47–56.
- Suryana, Wahyu. 2020. “Kesadaran Produk Halal Umat Perlu Ditingkatkan.” *Republika*. Retrieved March 11, 2022

(<https://www.republika.co.id/berita/qi7uom368/kesadaran-produk-halal-umat-perlu-ditingkatkan>).

The Royal Islamic Strategic Studies Centre. 2022. *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2022*. Jordan: Jordan National Library.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, N. N., & Genoveva. 2020. "The Influence Of Brand Image, Halal Label And Halal Awareness On Customers Purchasing Decision Of Halal Cosmetics." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4(2).

Wijaya, B. S. 2013. "Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication." *European Journal of Business and Management*.

Wirayanthi, Noverita, Singgih Santoso. 2019. "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label." *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2(1):87–96.

Worldometer. 2022. "Indonesia Population (2022)." *Worldometers.Info*. Retrieved June 26, 2022 (<https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>).