

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin, A., et al. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (1st ed.). Pradina Pustaka.
- Andini, A. L., & Rufaidah, P. (2017). The influence of Islamic branding and religiosity on brand image.
- Andriyani, V., Maro'ah, S., & Mauliddah, N. (2022). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen tissue “See U” di Surabaya.
- Aqilah, M., & Al Kautsar, F. J. (2026). Strategi branding halal UMKM kuliner dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.
<https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/1960/1614>
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa.
- Badjamal, F. A., Zahara, Z., Bachri, S., Parani, S. B. D., Muzakir, & Sutomo, M. (2025). The strategic role of halal values and brand image in building customer trust and satisfaction.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i6.4092>
- Chew, P. K., & Nisa, N. U. (2024). *Team-leader perceived trustworthiness and its influence on trust and loyalty: A quantitative survey of Singapore's property brokerage profession. Journal of Administrative and Business Studies*, 10(3–4), 121–128.
- Diana, E. N., Rapini, T., & Chamidah, S. (2023). Pengaruh kepercayaan konsumen, brand image dan kepuasan terhadap keputusan pembelian produk cosmetic merek Y.O.U, 50–62.
- Fadilah, I. N., M, S., & Maulana, I. (2025). Komunikasi interpersonal dalam membangun kepercayaan pertemanan mahasiswa (Pendekatan praktis Les Giblin), 4, 34–50.
- Fakhrudin, A. (2022). Kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan kuliah penerbangan di masa pandemi COVID-19, 15.
- Fikri, M. H., Ramadhan, R., Fadhil, M. K., & Hardian, F. (2023). Online

- analysis of reputation management Shopee Express PT Shopee Indonesia.
<https://jurnal.litnuspublisher.com/index.php/jecs/article/view/63/67>
- Firmansyah, A. (2025, November 30). LPPOM MUI: Tindak tegas restoran yang sembunyikan info produk nonhalal. *ANTARA News*.
<https://www.antaranews.com/berita/4861333/lppom-mui-tindak-tegas-restoran-yang-sem-bunyikan-info-produk-nonhalal>
- Firmansyah, M. R., Amelia, R., Jamil, R. A., Faturachman, & Minza, W. M. (2019). Benevolence, competency, and integrity: Which one is more influential on trust in friendships?, 18, 91–105.
- Ginting, Y. M., Handriano, R., & Sutomo. (2025). The influence of religiosity and social and psychological factors on purchase decisions and consumer loyalty. *Indonesian Journal Economic Review*. <https://doi.org/10.59431/ijer.v5i2.622>
- Handayani, W. (2026). *Analisis statistik deskriptif komunitas dan word of mouth terhadap purchase intention buku pada anggota Komunitas Jakarta Book Party* (Skripsi, Universitas Bakrie).
- Kambali, I., & Puspitasari, E. (2019). Pengaruh personal selling produk IndiHome terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Telekomunikasi Indonesia Rajawali Witel Bandung Barat, 9.
- Listiani, & Engkur. (2023). Pengaruh reputasi perusahaan, online customer review, dan online customer rating terhadap tingkat kepercayaan konsumen (Studi pada pengguna Allofresh di Jakarta). <https://repository.stei.ac.id/10805/>
- Majelis Ulama Indonesia. (2025, May 28). *Kasus ayam goreng Widuran, LPH LPPOM soroti pentingnya transparansi informasi produk tidak halal*.
<https://mui.or.id/baca/berita/kasus-ayam-goreng-widuran-lph-lppom-soroti-pentingnya-transparansi-informasi-produk-tidak-halal>
- Makhrus, M., Amelia, D., Yulianisya, N. N., Darajatun, S., & Rizkiana, T. (2025). *Halal branding membangun kepercayaan melalui sertifikasi halal* (S. Ramadhani, Ed.). Litera Inti Aksara.
- Malihah, L., Anwar, M. K., Meilania, G. T., & Amalia, R. (2023). Pengaruh brand image dan halal branding terhadap minat pembelian produk kosmetik (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Darussalam Martapura), 7. <https://doi.org/10.35130/jrimk>

- Marpaung, G. P. (2024). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Nafis, M. C. (2019). The concept of halal and thayyib and its implementation in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 2. <https://e-journal.unair.ac.id/JHPR/article/view/13537/7593>
- Nasution, I. A. (2019). Peranan public relations dalam meningkatkan pelayanan informasi Hotel Garuda Plaza. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/viewFile/441/432>
- Nora, L., & Sriminarti, N. (2023). The determinants of purchase intention halal products: The moderating role of religiosity. *Journal of Consumer Sciences*, 8, 220–233. <https://journal.ipb.ac.id/jcs/article/view/46941/25822>
- Nouvan. (2026, February 15). Penduduk Indonesia semester I 2025 menurut agama, Islam masih mayoritas. <https://dataloka.id/humaniora/4599/penduduk-indonesia-semester-i-2025-menurut-agama-islam-masih-mayoritas>
- Pew Research Center. (2017, April 5). The changing global religious landscape. <https://www.pewresearch.org/religion/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>
- Pew Research Center. (2025, June 9). How the global religious landscape changed from 2010 to 2020. <https://www.pewresearch.org/religion/2025/06/09/how-the-global-religious-landscape-changed-from-2010-to-2020/>
- Putri, N. H. R., & Pertiwi, I. F. P. (2024). Pengaruh Islamic branding, halal awareness, dan Islamic lifestyle terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel moderating (Studi kasus pada konsumen Wardah di Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://zenodo.org/records/12555497>
- Ramadhan, F. A., & Muhmin, A. H. (2025). Pengaruh halal label dan brand image terhadap purchase decision melalui consumer trust pada restoran cepat saji lokal, 4. *Economic Review Journal*.

<https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj/article/view/893>

- Ramadhani, D. C., & Hidayat, I. (2018). Analisis pengaruh kepuasan konsumen, kepercayaan pelanggan, dan hambatan perpindahan terhadap retensi pelanggan, 7. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Salsabila, U. H., Jaisyurohman, R. A., Wardani, M. T., Yuniarto, A. A., & Yanti,
- N. B. (2020). Implementasi pembelajaran pendidikan agama Islam dalam membentuk pribadi akhlakul karimah. *BINTANG*, 2(3), 370–385. <https://doi.org/10.36088/bintang.v2i3.987>
- Sandykala, M. C. (2020). Peran public relations dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan: The public relations role in enhancing the image of educational institutions, 30.
- Sari, A. F. K., & Junaidi. (2020). Fenomena label halal: Is it awareness or branding. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/915/492>
- Shidieq, F. M. (2020). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap kepercayaan konsumen milenial Kota Bandar Lampung pada aplikasi Shopee. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/2539>
- Singkhieprapha, P., Jumani, Z. A., & Sukhabot, S. (2022). Is Islamic brand attitudes influence Thai Muslims' buying behavioural intentions: A quantitative analysis using smart-PLS. *Journal of Islamic Marketing*, 13(11), 2403–2420. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0252>
- Sohaib, O., Kang, K., & Nurunnabi, M. (2019). Gender-based iTrust in e-commerce: The moderating role of cognitive innovativeness. *Sustainability*, 11(1), 175. <https://doi.org/10.3390/su11010175>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrina, A. E. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan (Studi eksplanatif persepsi masyarakat RT 10 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung terhadap kegiatan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat*,

dan Keamanan (KOMASKAM), 3.

- Taura, C. I. N. S. (2025). Analisis deskriptif kuantitatif brand trust terhadap brand loyalty (Studi pada membership pengguna aplikasi U by Prodia di Prodia Harapan Indah). Skripsi, Universitas Bakrie.
- Thongpapan, N., Ashraf, A., Hultman, M., & Chohan, R. (2025). How and when trustworthiness beliefs influence digital commerce behavior: A regulatory focus perspective. *Journal of Interactive Marketing. Advance online publication*.
<https://doi.org/10.1177/10949968251365181>
- Wong, D. (2017). Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e-commerce: Studi kasus pada pelanggan e-commerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis FE- UNIAT*, 2, 155–168.
- YDSF. (2019, December 13). Sejarah sertifikasi halal di Indonesia. <https://ydsf.org/berita/sejarah-sertifikasi-halal-di-indonesia-ydsf-P3ee>
- Zafrina, N. A. (2024). Manajemen reputasi dalam memulihkan citra organisasi (Studi kasus berita hoax kekerasan seksual pada organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Yogyakarta).