

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2017). Sempat Ribut Label Halal, Mi Samyang Dapatkan Sertifikat Resmi MUI - Jawa Pos. Jawa Pos. <https://www.jawapos.com/humaniora/01115461/sempat-ribut-label-halal-mi-samyang-dapatkan-sertifikat-resmi-mui>
- Agusta, P., & Magdalena, M. (2023). Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Masyarakat Bidar Alam Solok Selatan. 1(2), 105–129.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. 2(2).
- Asiyah, S., & Hariri. (2021). Consumer Behavior Based on Religiosity. 5(2), 154–163.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness LAZADA terhadap Keputusan Pembelian Online. 10(10), 897–910. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Azizah, P., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Islamic Brand dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Muslim di Indonesia.
- Azzahra, R. D., Madhani, D. A., Fitriyani, H., Nurani, N., Setiawan, Y. A., & Barokah, S. (2023). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen pada Produk Scarlett di Universitas Muhammadiyah Gombong. 2(1). <https://doi.org/10.26753/hombis.v2i1.067>
- Bakar, R. M., & Usmar, A. P. M. (2022). Growth Mindset dalam Meningkatkan Mental Health bagi Generasi Zoomer. 2(2).
- Brawijaya, B. (2020). Apa yang Anda Ketahui tentang LPH? - Badan Usaha Kepakaran (BUKR) - Universitas Brawijaya. <https://bukr.ub.ac.id/apa-yang-anda-ketahui-tentang-lph/>
- Cindrakasih, R. R. (2021). Dinamika Globalisasi Budaya Korea Di Indonesia Dan Pola Konsumsi Remaja “Korean Wave” Di Media Sosial Instagram. 2(1), 17–28.
- Dina, M. P., Trihantana, R., & Suryani, E. (2023). Analisis Promosi, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Masyarakat Desa Barengkok, Desa Leuwimekar Dan Desa Karehkel, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor). 3(1). <https://jurnal.febinais.ac.id/index.php/SahidBusinessJ>
- Esa, I., & Mas’ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. 10(2), 147–160.

- Fadilah, T. N., Purwanto, & Alfianto, A. N. (2020). Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18(1). <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Fitria, S., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C., & Stark, R. (1966). *Religion and Society In Tension*. Chicago: University of California. https://etheses.uinsgd.ac.id/35674/5/5_bab2.pdf
- Gunawan, H. (2021). Nilai Etika Dalam Tatanan Globalisasi dan Digitalisasi Budaya. 1(7).
- Hamidah, F. R. (2022). EFEKTIVITAS BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL (BPJPH) DALAM MENERBITKAN SERTIFIKAT HALAL.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. 2(1). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Husna, A., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food (Studi Kasus Konsumen Gildak Di Jakarta Timur). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- IHATEC. (2021). Penjelasan Lengkap Apa Itu Label Halal | IHATEC. <https://ihatec.com/label-halal/>
- Ilham, M., Saifullah, & Kartika, N. R. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Upaya Labelisasi Halal Di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(2), 58–66. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i2.2326>
- Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 163. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>
- Irfansyah, F., & Suryaningsih, S. A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Islami dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2018–2020. 5(1).
- Katadata Insight Center (KIC). (2023). Top Brand Survey: Mie Ins... | Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/01/16/top-brand-survey-mie-instan-dan-frozen-food>

- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). In 101 Jurnal EMBA (Vol. 10, Issue 3).
- KopiChuseyo. (2022). Mengenal Mie Samyang, Ramen Korea Favorit Indonesia! <https://kopichuseyo.com/mengenal-mie-samyang-ramen-korea-favorit-indonesia/>
- Kotler, & Armstrong. (2012). Principles of Marketing.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). Marketing Management. www.pearsoned.co.uk.
- Kristina. (2024). Populasi Muslim Dunia Capai 2 Miliar Orang, Ini 25 Negara Terbesar. detikcom. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7173581/populasi-muslim-dunia-capai-2-miliar-orang-ini-25-negara-terbesar#:~:text=Menurut%20data%20Global%20Muslim%20Population,kedua%20di%20dunia%20setelah%20Kristen>.
- Lestari, P. I., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi.
- Lupitasari, E. S., Nurlaela, L., Suhartiningsih, & Miranti, M. G. (2020). Pengaruh Korean Wave Dan Makanan Korea Erhadap Minat Makan Hidangan Korea Pada Masyarakat Kota Madiun.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. 4(2), 174–186.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Masgumelar, N. K., Lestarianingsih, N. D., Maslacha, H., Ardiyanto, D., Hutama, H. A., Boru, M., Fachroxi, I., Rodriquez, E. I. S., Prasetyo, T. B., & Romadhana, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga.
- Nasution, A. K. P. (2020). Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z. 13(1).
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). Hubungan Religiusitas Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman. 3(2), 13–25.
- Nurfaruzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. 4(1), 183–188.
- Nurnaningtias, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Generasi Zdi Kabupaten Tulungagung (Vol. 5, Issue 1).

- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). 3(2).
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2019). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. 14(1), 16–23.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Pengguna Software SPSS dalam pengolahan Regressi Linear Berganda untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungan di Masa Pandemi Covid 19. 5(2).
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Ekonomi Kita, 11(1), 32–46.
- Putra, A. S. (2020). Teknologi Informasi (IT) Sebagai Alat Budaya Islam di Bumi Nusantara Indonesia.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. 14(1).
- Putri, P. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. 5(1).
- Rektiansyah, R. R., & Auwalin, I. (2022). Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Sumenep Melalui Sikap. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 9(5), 600–616. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp600-616>
- Research Department Statista. (2023). Indonesia: population by religion 2023 | Statista. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1113891/indonesia-share-of-population-by-religion/>
- Rizal. (2017). Sempat Heboh, Mi Samyang Kini Dinyatakan Halal. IDN Times. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/rizal/mi-samyang-kini-dinyatakan-halal-1>
- Rizkyani, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea Pada Pengguna Aplikasi Weverse Indonesia.
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. 13(2).
- Rustandi, N., & Marlina, H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal pada Mahasiswa Universitas Suryakencana Cianjur. Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 2(2), 149–164.
- Sa'diyah, H., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin, 5(1).

- Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!"
- Salsabillah, F. F., & Wardani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya MERR). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 442–449. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.775>
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. 4(2), 308–327.
- Sari, D. R., Rohimat, A. M., & Ahmad, Z. A. (2021). Apakah Ekuitas Merek dan Kesadaran Halal Memediasi Pengaruh Religiusitas dan Akulturasi terhadap Keputusan Pembelian. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 11(1), 51. [https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11\(1\).51-66](https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(1).51-66)
- Sari, E. B., Hulaify, A., Zakiah, & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Korean Food Menurut Teori Perilaku Konsumen Islam.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang).
- Shelviani, A. (2023). Pengaruh Price Discount, Shopping Life Style, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Online Impulse Buying Produk Skincare Skintific Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013). Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *Prodi Ekonomi Syariah*, 2(1), 44–50.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2020). Pengaruh Labelisasi halal terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam). *Prodi Ekonomi Syariah*, 2(1), 44–50.
- Ummah, A. C., Bahrudin, Moh., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3215>
- Utami, F. A. (2020). Profil Perusahaan Samyang, Mie Instan Asal Korsel yang Pedasnya Disukai Rakyat Indonesia. *Warta Ekonomi*. <https://wartaekonomi.co.id/read289726/profil-perusahaan-samyang-mie-instan-asal-korsel-yang-pedasnya-disukai-rakyat-indonesia>
- Wibowo, D. E., & Mandusari, B. D. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan.

- Wibowo, S., & El Juhara, A. (2020). The Determinants of Halal Labeling and Brand Image Towards Purchase Intention and Purchasing Decision.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1058–1068.
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Manivestasi*, 3(2), 228–240.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. 5(1), 69–87.
- Zuhria, A. F., Kurnia, M. D., Jaja, & Hasanudin, C. (2022). Dampak Era Digital terhadap Minat Baca Remaja.