

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., et al. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran.
- Agung, W. B., Susanto, E., & Purnamayati, L. (2023). *Kajian Pembuatan Chikuwa dengan Bahan Baku Jenis Ikan yang Berbeda*. 5(1), 32–36.
- Amalia, & Maskur. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Arianto, N., et al. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- BAZNAS. (2022). *Laporan program Z-Chicken BAZNAS*. Badan Amil Zakat Nasional.
- BAZNAS. (2023). *Laporan tahunan BAZNAS 2023*. Badan Amil Zakat Nasional.
- BPS. (2023). *Statistik industri makanan dan minuman Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2024). *Data pertumbuhan usaha rumah makan Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Bramantoro, T. (2020). *Analisis faktor keputusan pembelian konsumen kuliner*. Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- Chapra, M. U. (2001). *The future of economics: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- Cynthia, D., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan tIX*, 104–112.
- Destarini, & Prambudi. (2020). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Eldersevi, S., & Haron, R. (2020). *Investigating impulsive buying behaviour in Islamic banking*. Journal of Islamic Marketing, 11(3), 654–675.
- Fatchurrohman, & Asifa. (2023). *Perilaku konsumen Muslim dalam keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans, A., & Jumawan, M. (2024). *Pengaruh Kualitas*

Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). 1(4), 159–172.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics (4th ed.)*. McGraw-Hill.

Gulliando, & Shihab. (2019). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Riset Manajemen.

Gunarsih, C., Kalangi, J., & Tamengkel, L. (2021). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(2).

Hardiansyah, et al. (2019). *Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kuliner*. Jurnal Manajemen.

Husna, A. W., Asih, A. S., & Hastuti, I. (2021). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 57–62.

InfoPublik. (2022). *BAZNAS kembangkan Z-Chicken di berbagai provinsi*. Diakses dari <https://infopublik.id>

Isnurrini Hidayat Susilowati, & Sarah Camelia Utari. (2022). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Apotek MAMA Kota Depok*. Jurnal Farmasi, 6(1), 2–4.

Islamia, N., & Purnomo, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Seblak Duar Bangkalan*. 2(3), 332–341.

Khan, M. A. (1989). *Economic teachings of Prophet Muhammad*. International Institute of Islamic Economics.

Karina, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online TikTok Shop*. 6(2), 101–116.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson Education.

Lisdiani, & Annisa. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomi Bisnis.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa (Ed. ke-3)*. Salemba Empat.

- Mahendra, S. P., & Imroatul, K. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Manambe, et al. (2019). *Pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Riset Ekonomi.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Marusnia Julianti, Fera, N., & Febby. (2024). *Teori Perilaku Konsumen Islam*. 5(3), 302–313.
- Maulina, S., Hanafi, M. R., & Ayuningtyas, R. D. (2023). *The Role of Baznas , Semarang City in Empowering Productive Zakat In The Zchicken Msme Program , Semarang City*. 18(1), 35–41.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul*. Jurnal Manajemen Diversifikasi, 1(3), 622–635.
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2018). *The strategy and tactics of pricing (6th ed.)*. Routledge.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). *Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Bisnis Indonesia.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics (9th ed.)*. Pearson Education.
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., Dirgantari, P. D., & Pembelian, K. (2024). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian*. 08(01), 1–6.
- Pratama, R. A., & Wijaya, T. (2023). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kuliner UMKM*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Qohar, et al. (2024). *Analisis perilaku konsumen dan keputusan pembelian produk halal*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Rianasari, N. P. (2020). *Keputusan konsumen memilih ayam goreng tepung siap saji: Studi kasus pada waralaba produk lokal Bali Jaya Fried Chicken*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen.(REKOMEN), 3(2).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Saota, et al. (2021). *Analisis faktor keputusan pembelian konsumen produk makanan*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen.

- Safrina, E., Diah, M., Firmansyah, D., Ekonomi, P., Universitas, P., Muslim, A., Administrasi, P., Universitas, B., & Muslim, A. (2016). *Keputusan Pembelian Produk Coffeshop*. 0–5.
- Sari, D. P. (2021). *Pembelian , Kualitas Produk, Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 524–533.
- Sari, E. T., Kurniawaty, E., Pamulang, U., Selatan, T., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kampung*. 3(1), 155–166.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer behavior (12th ed.)*. Pearson.
- Setiyadi Nur Indiyatno, Rahman, A. A., & Rachmawati, I. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena di Kabupaten Pati*. 8(July), 122–136.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan: Teori dan aplikasi dengan SPSS*. Andi.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok*. 6(1), 2–4.
- Syavira, B. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi WTP Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Menggunakan Contingent Valuation Method (CVM)*. Cvm, 1–120.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran (Edisi 4)*. Penerbit Andi.
- Vania, S., Silvya, L. M., & Moniharapon, S. (2019). *Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence of Location, Promotion and Price Perception to Consumer Purchase on Kawanua Emerald City Manado Housing*. 7(1).
- Yulianti, L. I. M., & Ansusanto, J. D. (2002). *Contingent Valuation Methods Dalam Penilaian Kualitas Udara di Yogyakarta (Contingent Valuation Methods in Air Quality Valuation in Yogyakarta, Indonesia)*. Pusat Studi Lingkungan Hidup, Vol. IX, N, 61–68.
- Zainur, M. (2020). *Konsep maqashid syariah dalam perilaku konsumen Muslim*. Jurnal Ekonomi Islam.