

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A. , A. T. N. . & A. Y. M. H. (2008). *A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang Valley.4thInternational Conference on Business and Economic Research, Bandung, Indonesia, paper.*
- Al-Asyar, T. (2003). *Bahaya makanan Haram bagi Kesehatan Jasmani dan kesucian Rohani, PT. Al-Mawardi Prima, Jakarta.*
- Amalia Nofianti, K., & Nur Indah Rofiqoh, S. (n.d.). Kesadaran Dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis Umkm Di Gresik) The Halal Awareness And Halal Labels: Do They Determine Purchase Intention? (Study On Sme's Business Practitioners In Gresik). In *Journal of Halal Product and Research.*
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik.* Rineka Cipta.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior And Marketing Action* (4th ed.). Kent Pub. Co.
- Aziz, Y. A., & 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. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Azrullah, M. M., Suriyok, K., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bangil, Y., & Diterima, D. D. (2022). *Pengaruh Harga, Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi pada UKM Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil)* (Vol. 10, Issue 1).
- Basu, S., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern.* Liberty.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen.* . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyani, E. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influence. *Journal of Innovation Research and Knowledge.*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9.* Universitas Diponegoro.

- Hasan, H. (2016). A Study On Awareness And Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students In Kota Kinabalu, Sabah. *Journal of Developing Areas*.
- Izzuddin, A. (2018). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Erlangga.
- Mayasari, N. (2007). *Memilih Makanan yang Halal*. Qultum Media.
- Muniarty, P., Saputri, D., Arisandi, D., Wahyu Ikasanti, P., Wahyuni, T., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, S., Monginsidi, J., Barat, R., & Tinggi Ilmu Ekonomi Bima Monginsidi, S. J. (2021). *PENGARUH HARGA & GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT* (Vol. 14, Issue 1). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis>■page91
- Parhan Bin Mat Isa, M., & Mohamed Ismail, R. (2015). *UNDERSTANDING THE LEVEL OF HALAL AWARENESS AMONG MUSLIM AND NON-MUSLIM YOUNG CONSUMERS IN MALAYSIA*.
- Prianto, A., Amir, A., & Lubis, P. (2020). *Analisis preferensi masyarakat terhadap minat membeli produk makanan berlabel halal di Kota Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat* (Vol. 9, Issue 1).
- Qardhawi, Y. (2003). *HALAL & HARAM DALAM ISLAM*. PT Bina Imu.
- Rudika Harminingtyas, R. N. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang*. *Ekonomika Dan Bisnis*.
- Sangadji, M. & S. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Setiawan, J., & Cholid, I. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Kota Palembang*.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*, Andi, Yogyakarta.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Syamsiah. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Supermarket Transmart Carrefour di Kota Makassar*, (Universitar Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018), .
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuddin, U., Fathurrahman, & Fujiani, F. (2014). *Fikih*. Grafindo Media Pratama.
- Walpole, R. E. (1995). *Pengantar Statistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>