

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonika, A., Azhari, R., dan Fibra, N. 2015. Analisis perilaku mahasiswa dalam proses keputusan pembelian produk pangan halal: studi kasus mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian* 20(2): 73-85.
- Azzumi, A. R. dan Samsubar, S. 2019. Analisis pengaruh label halal, brand/citra merek dan kualitas produk halal terhadap keputusan pembelian konsumen mahasiswa muslim Yogyakarta [Tesis]. Magister Agama dan Lintas Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2013. Penduduk Menurut Wilayah dan Agama Yang Dianut. *Badan Pusat Statistik*, Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. Tinjauan Big Data Terhadap Dampak Covid19. *Badan Pusat Statistik*, Jakarta.
- Bulan, T. P. L. 2016. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5(1): 430-439.
- Dahlan, A. R. 2020. Makanan berdampak terhadap watak dan akhlak [Internet]. Tersedia pada: <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/makananberdampak-terhadap-watak-dan-akhlak> (16 Februari 2021)
- Dwijatmoko, M. I. 2017. Pentingnya kesadaran halal [Internet]. Tersedia Pada: <https://www.kompasiana.com/isa111193./5a3688fb5e13733cda5b5784/pe-ntingnya-kesadaran-halal-halal-awareness?page=all#:~:text=Kesadaran%20halal%20merupakan%20peng-etahuan%20muslim,halal%20atau%20tidaknya%20sebuah%20produk.> [17 Februari 2021].
- Faradiba, dan Sri, R. T. A. 2013. Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada warung makan “bebek gendut” Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* 2(3): 1-11.
- Firmansyah, D. 2020. Pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli produk mie instan (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi) [Skripsi]. Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi.
- Fitirani, M. 2018. Determinan yang memengaruhi minat beli konsumen produk makanan halal (studi kasus pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) [Skripsi]. Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta.

- Hapsari, D. R., Intan, K., Siti, A., dan Sri, D. P. 2019. Studi kasus pengaruh logo halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian bakso sapi di Ciawi – Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal* 5(2): 196 – 203.
- Helmi, M. S. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada cv. Master pasir pengaraian kabupaten rokan hulu [artikel ilmiah]. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian, Riau.
- Hendra, F. 2018. Peran organisasi mahasiswa dalam meningkatkan mutu pembelajaran keterampilan berbahasa arab. *Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban* 5(1): 103-120.
- Humas. 2018. Uji normalitas [Internet]. Tersedia pada: <https://penalaranunm.org/uji-normalitas/> (21 September 2021)
- Ilmi, I. H. 2019. Pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan konsumen muslim dalam memilih fast food [Skripsi]. Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Iman, N. Z. 2020. Pengaruh kesadaran halal, pengetahuan dan kemudahan mendapat produk terhadap keputusan pembelian produk perawatan pribadi dan kosmetik halal [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Janah, M. 2018. Pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap minat beli produk mi samyang (studi pada masyarakat muslim di Kecamatan Kebumen) [Skripsi]. Jurusan Manajemen, Universitas Putra Bangsa, Kebumen.
- Juniwati. 2021. Kesadaran halal dan religiusitas individu dalam keputusan pembelian makanan [Skripsi]. Fakultas Ekonomi, Universitas Tanjungpura, Kalimantan.
- Kasmawati. 2014. Makanan halal dan tayyib perspektif al-qur'an [skripsi]. Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik, UIN Alauddin Makassar, Makassar.
- Kumalasari, R. 2019. Pengaruh harga dan label halal terhadap minat pembelian produk kosmetik herbal penawar alwahida indonesia (hpa) (studi kasus di Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo) [skripsi]. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo.
- Koesno, D. A. S. 2020. Survei: kebiasaan makan orang berubah akibat pandemi covid-19 [Internet]. Tersedia pada: <https://tirto.id/survei-kebiasaan-makanorang-berubah-akibat-pandemi-covid-19-fulC> (15 Februari 2020).
- Mardatila. 2020. Makanan halal menurut konsep islam dan dalil yang mendasarinya [Internet]. Tersedia pada: <https://www.merdeka.com/sumut/makanan-halalmenurut-konsep-islam-dan-dalil-yang-mendasarinya-klm.html?page=3> [17 Februari 2021].

- Mubadillah, R. 2017. Pengaruh program kegiatan masjid terhadap motivasi beribadah masyarakat Desa Jatiguwi Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang [Skripsi]. Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung, Malang.
- Mulyono. 2019. Analisis regresi sederhana [Internet]. Tersedia pada: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/> [7 Desember 2021].
- Musdyaningwati, T. 2016. Gambaran kebiasaan konsumsi makanan cepat saji (fast food), aktivitas fisik dan status gizi pada remaja di Sma Negeri 1 Padangsidimpunan [skripsi]. Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Ilmu Keperawatan dan Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang.
- Napitasari, A. 2018. Analisis minat beli konsumen pada restoran bersertifikat halal mui di daerah istimewa Yogyakarta tahun 2018 (studi kasus: konsumen waroeng steak and shake, gudeg yu djum, bakso betesda 74) [skripsi]. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Nofianti, K. A. dan Siti, N. I. R. 2019. Kesadaran dan logo halal: apakah menentukan minat beli? (studi pada praktisi bisnis umkm di Gresik). *Journal of Halal Product and Research* 2(1): 16-24.
- Notoadmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Nurhasanah, S., Jono, M. M., dan Muhammad, S. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan olahan halal pada konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 8(3): 250 – 260.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2014. Undang – Undang nomer 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia, Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 1999. Nomor 69 tahun 1999. Label dan Iklan Pangan . Lembaga Negara Republik Indonesia, Jakarta.
- Pratiwi, S.H. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran mahasiswa muslim terhadap produk makanan halal (kasus pada mahasiswa muslim Kota Semarang) [skripsi]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pratomo, M. N. 2017. Atraksi pariwisata perlu dikembangkan [Internet]. Tersedia pada: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20170111/12/618542/atrasipariwisata-perlu-dikembangkan> (15 Februari 2021).
- Pulungan, P. H. 2018. Perbandingan mahasiswa muslim dan non muslim atas pemilihan makanan halal (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan

bisnis Universitas Sumatra Utara) [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatra Utara, Medan.

- Rakhmawati, F. 2016. Pengaruh labelisasi halal, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Hoka-Hoka Bento di Mall Malioboro Yogyakarta [skripsi]. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo.
- Sa'adi, Z. T. 2019. Halal itu mudah dan membawa berkah [Internet]. Tersedia pada: <http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/halal-itu-mudah-danmembawa-berkah> (16 Februari 2021)
- Saifulloh. 2019. Dasar pengambilan keputusan uji validitas product moment [internet]. Tersedia pada: [https://www.academia.edu/39244501/Dasar\\_Pengambilan\\_Keputusan\\_Uji\\_Validitas\\_Product\\_Moment20190523\\_89305\\_ew18t5](https://www.academia.edu/39244501/Dasar_Pengambilan_Keputusan_Uji_Validitas_Product_Moment20190523_89305_ew18t5) (21 Agustus 2021).
- Shahnaz, N. B. F., dan Wahyono. 2016. Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management Analysis Journal*. ISSN 2252-6552.
- Silvia, M. 2020. Pengaruh persepsi dan motivasi konsumen terhadap pembelian makanan cepat saji berlabel halal di Kota Jambi [skripsi]. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi.
- Siyoto, S., dan Ali, S. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, Yogyakarta.
- Smart Statistik Indonesia. 2018. Cara membuat data menjadi valid di SPSS [Internet]. Tersedia pada: <https://smartstatistik-indonesia.co.id/caramembuat-data-menjadi-valid-di-spss/> (25 Oktober 2021)
- Sucipto, S. 2012. Halal dan haram menurut al-ghazali dalam kitab mauidhotul mukminin. *Asas* 4(1): 12-19.
- Sukoso. 2020. Surveyor Indonesia resmi miliki lembaga pemeriksa halal [Internet]. Tersedia pada: <http://www.halal.go.id/beritalengkap/322> (15 Februari 2021).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Syahputra, A., dan Haroni, D. H. 2014. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan masyarakat kecamatan perbaungan dalam pembelian produk makanan dalam kemasan. *Jurnal ekonomi dan keuangan* 2(8): 475-487.
- Syarifah, L. 2012. Analisis pengaruh persepsi atas nisbah bagi hasil deposito mudharabah terhadap minat nasabah (studi kasus di BMT EL Amanah Kendal) [Skripsi]. Ekonomi Islam, Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang.

- Tribunnews. 2016. Hasil survei mastercard: restoran cepat saji masih jadi tempat favorit di Indonesia. Tersedia pada: <https://wartakota.tribunnews.com/2016/01/28/hasil-survei-mastercardrestoran-cepat-saji-masih-jadi-tempat-favorit-di-indonesia> (15 Februari 2021).
- Wardani, T. P. 2017. Peran pemerintah daerah terhadap eksistensi industri sate ayam dalam persaingan kuliner fast food (studi kasus: sentral industri sate ayam Kelurahan Nologaten Kabupaten Ponorogo) [skripsi]. Prodi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo.
- Waskito, D. 2015. Pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal (studi pada mahasiswa muslim di Yogyakarta) [skripsi]. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Widyastuti, A. 2017. Pengetahuan, sikap dan tindakan mahasiswa boga universitas negeri yogyakarta tentang konsumsi makanan cepat saji (*fast food*) [skripsi]. Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Windisukma, D. K. 2015. Pengaruh kesadaran halal terhadap sikap dan implikasinya terhadap minat beli ulang [skripsi]. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Zulaekah, S. dan Yuli K. 2005. *Halal dan Haram Makanan Dalam Islam*. Fakultas Ilmu Kedokteran, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.