

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Tamara. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). In *Skripsi*.
- Alia, U. N. (2022). *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Produk Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sebagai Konsumen Indomie)*.
- Almeida, C. S. de, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. de, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., ElDinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prensky, M., ... Santa, U. F. De. (2016). *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5(1), 1689–1699. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Ambarrini, S. (2020). *Skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal Di Kota Banda Aceh*. 1–124.
- Ariyani, N. (2021). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Konsep Diri Pada Siswa Sma Muhammadiyah Rambah, Rohul*. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/17007>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Juniwati. (2019). Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan. *Universitas Tanjungpura*, 141–156. www.halalmui.org
- Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(03), 41.

- Makanan, M., Di, H., & Minoritas, D. (2023). *BUKTI EMPIRIS PADA FORUM JUAL BELI ONLINE*. 3(1), 121–135.
- Maksudi, Bahrudin, & Nasruddin. (2023). Factors Influencing Halal Certification in Efforts to Fulfill Consumer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Ekonommi Islam*, 9(01), 825–840.
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Persepsi, T., Penjualan, P., & Segati, A. (2014). *Ahda*.
- Pohan, Z. (2025). *Menumbuhkan Kesadaran dan Pengetahuan Hukum Akselerasi Produk Halal Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. 3, 41–49.
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Rufaidah, A. (2015). Pengaruh Intelegensi dan Minat Siswa Terhadap Putusan Pemilihan Jurusan. *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(2), 139–146.
- S, N. L., & Nasution, P. H. (2021). Pengaruh Brand Switching Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Dengan Korean Wave Sebagai Variabel Moderating. *Media Manajemen Jasa*, 9(1), 3356–0304. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/4972>
- Sapnah, S., M, M., & Aksa, F. N. (2022). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Rumah Makan Yang Tidak Memiliki Sertifikat Halal Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, 5(2), 93–100. <https://doi.org/10.29103/jimfh.v5i2.6645>
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). “Maka makanlah makanan yang halal lagi baik dari rizki yang telah Allah berikan kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada- NYA” (An-Nahl:114). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 18–28.

- Suryaputri, R. V. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Halal. *Taraadin : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.1-15>
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Amel. (2024, 03 Kamis). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Makanan Halal. (S. Ayu, Interviewer)
- Kartika. (2024, 03 Kamis). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Makanan Halal. (S. Ayu, Interviewer)
- Wahyuni. (2024, 03 Kamis). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Makanan Halal. (S. Ayu, Interviewer)