

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, K. F., & Pramesti, D. A. (2015). Pengaruh religiusitas dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian (studi empiris pada japanese food restaurant di Magelang). *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 13(2), 617.
- Arikunto, S. (2012). *Penelitian Tindakan Kelas*. PT. Bumi Aksara.
- Ati, P. S. U., Islamudin, & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. *Jurnal Etrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(Juli), 2020.
- Auliya, V. (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warung Kopi Cilik)*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan’s Halal food sector. *Management Research Review*, 38 No.6, 642.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim’s purchasing intention. *Paper Presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding*, 1819–1830.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/844/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Badan Pusat Statistika. (2020). Statistik Indonesia 2020 Statistical Yearbook of Indonesia 2020. *Statistical Yearbook of Indonesia, April*, 192.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/ 22 /PBI/2012 Tentang Pemberian Kredit Atau Pembiayaan Oleh Bank Umum Dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. No. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/ 22 /PBI/2012 (2012).
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan*  
**Muhammad Rizky Taufiq Nur, 2021**  
**PENGARUH KESADARAN, GAYA HIDUP, DAN SERTIFIKASI HALAL PADA MINAT BELI PRODUK**  
**MAKANAN HALAL UMKM DI DKI JAKARTA**  
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Ekonomi Syariah  
 [www.upnv.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

*Mixed*. Pustaka Pelajar.

- Dewi, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya hidup dan Harga terhadap Minat Beli Fried Chicken Sabana*. Universitas Pelita Bangsa.
- Fathoni, M. A. (2021). *KESADARAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN HALAL DI INDONESIA*. CV Pena Persada.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). *Potret Industri Halal Indonesia : Peluang dan Tantangan*. 6(03), 428–435.
- Faturrohman, I. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Adminstrasi Niaga*, 10(1), 882–893.
- Fauziah, F. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Kemasan Halal Berlabel MUI di Kota Surakarta*. Universitas Sebelas Maret.
- Ferdinand, A. T. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit UNDIP.
- 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)*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education 8th Edition*. McGraw-Hill Higher Education.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

**Muhammad Rizky Taufiq Nur, 2021**

**PENGARUH KESADARAN, GAYA HIDUP, DAN SERTIFIKASI HALAL PADA MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL UMKM DI DKI JAKARTA**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Ekonomi Syariah  
[www.upnv.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*.  
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gillani, S. H. B., Ijaz, F., & Khan, M. M. S. (2016). Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Slamic Banking and Finance Review*, 3, 29–49.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. CAPS.

Hasan, H. (2016). A Study On Awaraness and Perception Towars Halal Fooda Among Muslims Student In Kota Kinabalu Sabah. *Prodings of the Australia-Middle East Conference on Bussiness and Social Sciences, Dubai (in Partnership With The Journals of Developing Areas, Tennessee State University, USA)*.

Herwinda. (2020). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Merek Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ismaili, Y. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm*. UIN Sunan Ampel.

Janah, M. (2015). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mi Samyang*. 1–12.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (n.d.-a). *Arti Beli*.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/beli>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (n.d.-b). *Arti Minat*.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (n.d.). *Arti Kata Sadar*.  
<https://kbbi.web.id/sadar>

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Dashboard ODS UKM*. <http://umkm.depkop.go.id/>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- LPPOM MUI. (2018a). *Prosedur Sertifikasi Halal*.  
<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui>
- LPPOM MUI. (2018b). *Sertifikasi Halal*.  
<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>
- LPPOM MUI. (2020). *Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI Indonesia 2012 - 2019*.
- Mangkunegara, A. . A. P. (2012). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Muslimah, A. N., Hamdani, H. I., & Irfani, F. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor). *Jurnal Al Amwal*, 1(1), 41–57.
- Nofianti, K. A., & Rofiqoh, S. N. I. (2019). Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi pada Praaktisis Bisnis UMKM di Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, 2 No.2.
- Nomiasari, F. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Purchase Intention. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.
- Nurul Khomariyah. (2017). *Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie (Studi Pada Masyarakat Desa Putatsewu, Jatitengah, Sukodono, Sragen)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Pambudi, B. G. (2018). *Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung)*.

Universitas Lampung.

Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pub. L. No. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 (2019).

Rahmah, N. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffiepada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi dan Pendidikan*. Kencana.

Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama.

Saban, E. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Ghalia Indonesia.

Salehudin, I., & Mukhlis, B. M. (2012). PEMASARAN HALAL: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan. In *Dulu mendengar sekarang bicara: kumpulan tulisan ekonom muda FEUI* (pp. 293–305). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.

Sarjono, H., & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian*. Salemba Empat.

Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat skripsi, tesis, dan disertasi dengan partial least square SEM (PLS-SEM)*. ANDI.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. Pearson Prentice Hall.

Setiadi, N. J. (2011). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.

Shaari, J. A. N. A. N., & Arifin, N. S. M. S. b. M. (2010). *Dimension of Halal*

- Purchase Intention: A Preliminary Study*. Faculty of Economics and Business, Universiti Malaysia Sarawak.
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Standard, D. (2019). State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. *Dubai International Financial Centre*, 1–174.  
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta.
- Sukmasari, K. (2018). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Restoran Solaria Di Surabaya*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Tjirosmi, E., & Suhodo, D. S. (2014). *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*. LIPI Press.
- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. No. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 (2008).
- Vici, V. Y. (2018). *PASAR TRADISIONAL PETISAH MEDAN ( Studi pada calon konsumen dan konsumen pakaian wanita )*.
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Wahyuningsih, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Wardah Di Sumbawa Besar)*. <http://repository.uts.ac.id/id/eprint/107>

Muhammad Rizky Taufiq Nur, 2021

**PENGARUH KESADARAN, GAYA HIDUP, DAN SERTIFIKASI HALAL PADA MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL UMKM DI DKI JAKARTA**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Ekonomi Syariah  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Waskito, D. (2015). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. *Uny, 1*, 1–12.
- Widodo, R. E. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Halal, Harga, Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Milenial di Yogyakarta Menggunakan Jasa BNI Syariah*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pembelian Kosmetik melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi pada Civitas Akademika Universitas Muahammadiyah Ponorogo). *Capital Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2 No.2*, 80.
- Wiliyanto. (2020). *Pengaruh labelisasi halal, variasi produk, dan kesadaran halal terhadap minat beli*.
- Wulandari, Y. (2020). *Pengaruh Kesadaran Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Produk Kripik Pisang Pak Dj Di Kota Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Yunus, N. S. N. M., Ariffin, N. M., Rashid, W. E. W., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145–154.