

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Tim UB Press.
- Al-Arif, M. N. R. (2011). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (R. Hamidawati (Ed.)). PT ERA ADICITRA INTERMEDIA.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Archinza, F., Handayani, T., & Ali, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1551–1568.
- Arief, S., & Alfarizy, M. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Of Islamic Economics and Philanthropy*, 02(03), 403–412.
- Bimo, H., Handayani, T., & Astuti, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Ritel Hypermart. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 671.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–95.
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini. (2021). Analisis keputusan pembelian pada pengguna aplikasi gojek fitur gofood. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1744–1758.
- Detik. (2017). *Mayoritas Pengguna Aplikasi GoJek*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3496233/mayoritas-pengguna-go-jek-perempuan-single>
- Effendi, S. (2021). Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 26–35.
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36–58. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.22.36-58>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap

- Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5(1), 757–763.
<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/16189>
- Fratama Dewi Samad, T. (2019). *Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta*. 4(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- GoFood. (2021). *Tampilan Aplikasi Go-Food*.
- gojek. (2020). *Data GoFood*. www.gojek.com
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Hartati, R. (2019). Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal. *Jurnal Hukum*, 10(1).
- Harum Prasetyo, F., & Khoirul Anwar, M. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan (AMDK) pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4, 139–150.
- Ibrahim, F., & Adinugraha, H. H. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 150.
<https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>
- Ikram, M. M. (2021). Keputusan Penggunaan Layanan Gofood Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 279–291.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.467>
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017. *Ekonomika Syariah*, 1(1), 34–47.
- Indonesia.go.id. (2021). *Agama Di Indonesia*.
<https://doi.org/https://www.indonesia.go.id/profil/agama>
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227–237.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal Dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Jurnal Likuid*, 1(01), 33–42.
- Kaur, K., Osman, S., Kaur, S., & Singh, J. (2018). Is Halal a priority in purchasing cosmetics in Malaysia among Muslim Malaysian women? *International Journal of Business, Economics and Law*, 15(3), 19–25.
- Kea, G. (2019). *GoFood merupakan pioner dalam jasa layanan food delivery*.
<https://www.nielsen.com/id/en>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).
- Ling, N. S., & Aun, N. B. (2018). Factors influencing customers' purchasing intention of pizza chain restaurants in Klang Valley, Malaysia. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 26(6), 630–637. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2018.630.637>
- LPPOM MUI. (2019). *Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2012-2019*. <https://www.halalmui.org/>
- LPPOM MUI. (2021). *Label Halal*. <https://www.halalmui.org/mui14/>
- Mohamed, Y. (2019). Model Aplikasi Produk Halal: Halal Product Application Model. *Journal of Fatwa Management and Research*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol16no1.215>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tentang Label dan Iklan Pangan*. (1999). <http://bkp.pertanian.go.id/regulasi>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2009). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). Mc Graw-Hill companies co.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (Ed.); Vol. 148). Zifatama Publishing.
- Qardhawi, Y. (1993). *Halal Dan Haram Dalam Islam*. PT. Bina Ilmu.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia. 9, 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rusniawan, A. N., & Santoso, T. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Makanan Online Bosse Ayam Panggang Khas Solo. 9(1).
- Saad, A. T. (2021). Factors affecting online food delivery service in Bangladesh: an empirical study. *British Food Journal*, 123(2), 535–550. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2020-0449>
- Salaamgateway.com. (2020). *Top 10 Indicator Score Rank By Sector*. <https://www.salaamgateway.com/story/what-is-the-global-islamic-economy-indicator-and-why-is-it-important>
- Salam, M. A., & Bajaba, S. (2021). The role of transformative healthcare technology on quality of life during the COVID-19 pandemic. *Journal of Enabling Technologies*, 15(2), 87–107. <https://doi.org/10.1108/JET-12-2020-0054>
- Schiffman, L. G., & Kannuk. (2010). *Consumer Behavior* (10 (Ed.)).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif*,

Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Pranada Media Group.

- Setiawan, S. (2020). *Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3* (1st ed.). PPNI Qatar.
- Shafie, S., & Othman, N. (2006). *Halal Certification: an international marketing issues and challenges*. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12568103>
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok sebagai Variabel Moderating. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 50–64.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1st ed.). Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Kencana.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2019). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (L. Daris & A. D. Riana (Eds.)). IPB Press.
- Tafsirq.com. (2021). *H.R Tirmidzi No 1235*. <https://tafsirq.com/hadits/tirmidzi?page=83>
- Tan, C. N. L., Ojo, A. O., & Thurasamy, R. (2019). *Determinants of green product buying decision among young consumers in Malaysia*. 20(2), 121–137. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0898>
- Toyo, M. (2019). Labelisasi Halal terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 69–83.
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Jurnal Management, Bisinis Dan Pendidikan*, 8(1), 70–78.
- Widyastuti, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food (Studi Pada Pengguna Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1272–1278.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing* (8th ed.). World Scientific Publishinc Co.Inc.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 4(1), 21–26. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/3006>

Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>

Adri 'Aunur Rahman, 2021

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL MELALUI GOFood SAAT COVID-19

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