

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. R., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk dan Variasi terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Produk Peneng (Studi Kasus pada Konsumen CV MILI ARTA Lumajanga)*. 17–21.
- Akbar, K. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image , dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau smarphone Samsung Jenis Android (Studi Pada Mahaiswa Universitas Ponorogo)*. Universitas di Ponegoro Semarang.
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), 157. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Aldrin, N. (2015). *Design Your Life*.
- Alsabiyah, T. (2019). (*Survei pada mahasiswa / mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse*). 70(1), 106–113.
- Anas, S. (2011). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Pt. Raja Grafindo Persada.
- Andriana, B., Julisty, A., & Ganisa, L. (2019). *Analisis Yoshinoya sebagai Perusahaan Multinasional di Indonesia*.
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Ikonomika*, 4(2), 227–242. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk (Halal Lifestyle) Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2015). *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 & Agribusiness Marketing*,.
- Aziz, Y. ., & Chock, N. . (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing

- Juliannisa, I. A., & Widodo, P. (2019). *Buku Praktikum Ekonometrika I*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- 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.
- Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kimiyuki, T. (2020). Indonesia ni okeru nikkei gaishoku chēn no genjō to kadai. *Kanda Universities of International Studies Journal*, 289–299.
- Kompas.com. (2018, November 10). *5 Restoran Ramen Halal di Jakarta Buat Kulineran saat Musim Hujan*. <https://travel.kompas.com/read/2018/11/10/090500627/5-restoran-ramen-halal-di-jakarta-buat-kulineran-saat-musim-hujan?page=2>
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management* (Pearson Education (ed.); 15th ed., p. 177). Northwestern University.
- Mardiyanti, N. F. (2019). PENGARUH KESADARAN HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SATE AYAM BAPAK HARIPONOROGO. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019. http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های نوین&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chckhashk=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component%0Ahttp://www.albayan.ae%0Ahttps://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=APLIKASI+PENGENA
- Meliana, S. A. Y. U. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI LAMPUNG (Study Konsumen Pada Restoran Cepat Saji) SKRIPSI RADEN INTAN LAMPUNG PADA RESTORAN CEPAT SAJI*.
- molzania.com. (2019). *Daftar Restoran Jepang Halal MUI di Jakarta*. <https://www.molzania.com/restoran-jepang-halal-mui-jakarta/>
- Munir, M., Hidayat, K., Muhammad, F., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura*.

- Mutmainah, L. (2018). *The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food*.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). *The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung*.
- Pambudi, B. G. (2018a). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan*. 13.
- Pambudi, B. G. (2018b). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung)*. *Skripsi*.
- Pasaribu, L. O., Dewi, C. K., Studi, P., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2015). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora*. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora*, 19(2), 159–170. <https://doi.org/10.26593/be.v19i2.1486.159-170>
- Prakoso, J. P. (2021). *Berapa Jumlah Penduduk Indonesia? Ini Rincian Hasil Sensus 2020*. 2021. <https://kabar24.bisnis.com/read/20210121/15/1346099/berapa-jumlah-penduduk-indonesia-ini-rincian-hasil-sensus-2020>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). *Pengaruh Keyakinan Religius , Peran Sertifikasi Halal , Paparan Informasi , dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal*.
- Pratiwi, A. L. (2017). *Pengaruh Gaya hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 154.
- Riyanto Slamet, & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: penelitian bidang manajemen, Teknik, pendidikan dan eksperimen*. (cv budi Utama (ed.)).
- S.indonesia. (2019). , *Intan Kusumaningrum 1 , Siti Aminah 1 , Sri Dewi Puspitasari 1 1*. 05(2), 196–203.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Parametrik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal*

- terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali. *Prosiding Manajemen*, 6(1), 47–49. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/19580/pdf>
- setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- State of Global Islamic Economy Report. (2018). *State of Global Islamic Economy Report*.
- Sudjana. (2012). *Metode Statistik*. Rineka Cipta.
- Sugiharti, R. (2010). *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme* (G. Ilmu (ed.)).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Cetakan Pe). Pustaka Baru Press.
- Sumawarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Suryani, H. (2015). *METODE RISET KUANTITATIF: TEORI DAN APLIKASI PADA PENELITIAN BIDANG MANAJEMEN DAN EKONOMI ISLAM*. Prenadamedia group.
- Sutrisno, R. (2010). Perilaku Konsumen Muslim : Persepsi Religiusitas Dan Persepsi Atribut Produk Minuman Berlabel Halal Di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Bandung Muslim Consumer Behavior : the Religiosity Perceptions and the Perceptions of Product Attributes Toward the Loyalty. *Sigma-Mu*, 5(2), 18–36.
- Swajarna, I. . (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. CV.Andioffset.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan* (Andi (ed.)).

- Tribunnews.com. (2015). *Jumlah Restoran di Luar Negeri ada 89.000 Toko*.
- Wibowo, D. E., & Mandusari, B. D. (2016). Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan. *Indonesian Journal of Halal*, 73–77.
- Yunus. (2014). *Perilaku Konsumen Muslim Membeli Makanan Olahan*. 145–154.
- Zikmund, G. W., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business research methods*.
- Zulham. (2018a). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Kencana.
- Zulham. (2018b). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Kencana.