

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop. *Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v4i1.479>
- Ahmad, J., No, Y., Ps, B., & Bukittinggi, A. (2023). Pengaruh Online Travel Agent dan Gaya Hidup Terhadap Minat Konsumen Membeli Tiket Secara Online di Kota Payakumbuh. 9(2).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amri, A. D., Awdina, M., Fauzianto, Y. D., Prastio, S., Zana, N., Kholifah, N. N., Septiawan, M. A. D., & Syafitri, A. (2023). Kesadaran Halal, Higienis dan Keputusan Pembelian Korean Street Food “Tteokbokki” Halal, Hygienic and Decision Awareness Purchasing Korean Street Food “Tteokbokki”. *MARO: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), 40–48. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Aryanto, U. R., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris : Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Seminar Nasional IENACO*, 2(3), 17–25. <http://www.jsep.org/index.php/jsep/article/view/42>
- Asdiana, L. D. P., & Yasa, N. N. K. (2020). the Role of Image Brands Mediates E-Wom Effects on Buying Interest in Triton Learning Institutions. *Russian*

*Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 103(7), 45–53.  
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-07.07>

Aziz, A. (2017). Variabel dan skala pengukuran penelitian. *Metode Penelitian*.  
<https://rzabdulaziz.files.wordpress.com/2020/03/bahan-bacaan-pertemuan-5-variabel-dan-skala-pengukuran.pdf>

Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). 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*, 25(1), 1–23.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020-2022*.  
<https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/1270/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-.html>

Baihakki, F., & Anwar Fathoni, M. (2022). Determinan Pola Konsumsi Rumah Tangga Masyarakat Muslim DKI Jakarta Tangga Masa Pandemi Covid-19. *Islamic Economics and Business Review*, 1(2), 169–183.

Cupian, Meilasari K, & Noven Sarah Annisa. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam JIEI*, 9(1), 135–142.

Ernawati, S., & Koerniawan, W. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima 1Sri*. 16(1), 207–215.

Fadillah, K. N., & Fadili, D. A. (2023). *Pengaruh Harga, Iklan Media Sosial dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Dots Karawang*. 9(June), 1–7.

- Fauziah, Koeswinarno, Atieqoh, S., Abidin, Z., M., F., Hidayati, U., Mulyono, A., & Achmad. (2021). Suvei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial. In *Litbangdiklat Press Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI* (Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Ferdinand, & Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Universtas Diponegoro : Semarang.
- Firdaus, M., Ash, H., & Cahya, S. B. (2023). *Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi*. 11(2).
- Firdausi, A. S. M., Farahdiba, D., & Munthe, A. M. (2020). Determining Consumers' Willingness to Buy Halal Meat. *Jurnal Bisnis Strategi*, 29(2), 143–162. <https://doi.org/10.14710/jbs.29.2.143-162>
- Fitriah, N. L., Islam, M. H., & Diharjo, R. F. (2023). Dampak Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop Dikalangan Mahasiswa Probolinggo Nur. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 1349–1358.
- Fitriyani, Husaeni, U. A., Jayengsari, R., & Faisal, F. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Mahasiswa Ptkis Di Kabupaten Cianjur. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), 30–39. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3968>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Program Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.21* (Edisi 7).

- Harminingtyas, R., & Noviana, R. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 103–112.
- Harminingtyas, R., & Noviana, R. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 103–112.
- Hasanah, U.-, & Rencidiptya, T. A. (2020). Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 255. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1762>
- Hasibuan, H. A., Nasution, M. D. T. P., & Anggraini, F. (2017). The effect of halal label, halal awareness and brand image on consumer intention to buy. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary*, 3(11), 140–147.
- Hunowu G.M., L., Lopian L. H. V. J, S., & Loindong S.R., S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi Codashop. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1033–1041. [www.suara.com](http://www.suara.com)
- Ibnu Akil Habibie, M., Ibdalsyah, I., & Hamdani, I. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Produk Ayam Kane Terhadap Minat Beli Masyarakat Kelurahan Tengah Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 410–419. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1459>
- Ilmia, A., & Ridwan, A. H. (2023). Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. 4(2), 193–202.
- Jannah, S. R., Khoirunnisa, Z., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Korean Wave Dalam Fashion Style Pada Remaja Di Indonesia. *Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 11–20. <https://doi.org/10.59024/jipa.v1i3.219>

- Julia, S., & K, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 61–66. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.205>
- Kamaluddin, & Muhajirin. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(3), 113–122.
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2), 110–121.
- Kirana, D., Dan, W., Widiyanto, I., & Manajemen, J. (2015). Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-Halal Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip–Prinsip Pemasaran (Edisi Terjemah)* (Edisi Kedu). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Education Limited*.
- Kristiawan, D. Y., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Desain Kemasan Mockup Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Mikro (Study Pada UMKM Mikro Kecamatan Gondang). *1*(1).
- Kurniawati, D. (2022). Analisis Total Biaya Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Laba Pada UD. Tahu Assit. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(1), 1–10. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Li, J., & Yu, H. (2013). An Innovative Marketing Model Based on AIDA: - A Case from E-bank Campus-marketing by China Construction Bank. *IBusiness*, 05(03), 47–51. <https://doi.org/10.4236/ib.2013.53b010>
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2).
- Mahardika, S. (2023). Sejarah Perkembangan Korean Style Di Kota Jambi. *KRINOK: Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP UNJA*, 2(2), 62–73. <https://doi.org/10.22437/krinok.v2i2.24759>
- Malini, H. (2021). Small and Medium Enterprises Halal Literacy Measurement During Covid-19 Pandemic. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3345>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Narvatinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrift Shop Online Di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @Thriftbuy.Me Kota Makassar). 12(1), 13–22.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Nempung, T., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*. November, 1–8.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.

- Norvadewi, Dina, C., Komariah, K., & Zaroni, A. N. (2021). The Effect of Prices, Halal Certification, and Halal Awareness on Buying Interest Among Muslims in Samarinda. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 116–126. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.13>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Quality And Competitive Pricing Literature Review : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(January), 183–188.
- Ong, J. O. (2013). Implementasi Algoritma K-means clustering untuk menentukan strategi marketing president university. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 12(1), 10–20.
- Peter, Paul, J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>
- Qomarudin Sukri, Cipto Prayitno, Agung Kurniawan, & Agustian Budi Prasetya. (2022). Kesiediaan Masyarakat Membeli Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Mitra Perusahaan Batu Bara di Kalimantan Selatan. *Journal of Social Development Studies*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.22146/jsds.3720>
- Rahayu, & Sudarmiati. (2022). Effects of Influencers on Social Media on Interest in Buying East Java Culinary. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(3), 744–753. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i3.519>

- Rahayu, R. P. (2021). Analysis of Sales Strategy Factors Against Consumer Purchase Interest in Buying Motorbike: Empirical Study on Sinar Baru Dealer Pamekasan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 221. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2483>
- Ramadhani, A., & Insani, N. (2023). Celebrity Endorsements and Brand Attitudes Toward Buying Interest. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 305–312. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.47383>
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus (Pertama)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rayuwati, Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129–1143. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.580>
- Riana, Z., Tannady, H., Diawati, P., Bambang, & Suhardi, D. (2023). Analysis Of The Influence Of Product Differentiation, Service Quality And Price On Interest In Buying Processed Chicken-Based Food Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 547–554. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rizky, M., Fachruddin, I., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(November), 1–10.
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, I. N., & Subagio, H. D. (2018). Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk). *IJIEEB : International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(2), 68–78. <https://doi.org/10.29138/ijieeb.v1i2.762>
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Journal of Islamic Economics. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1–11.



- Saputro, A. an. W., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 646–651. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.515>
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 21–37. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>
- Sari, D. T., Adha, M. M., Putri, D. S., & Rohman. (2023). Pengaruh Nilai Modern Contemporary Korean Wave Terhadap Kebudayaan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(1), 1–9.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. (Jakarta: K).
- 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>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitati: Teoretik Dan Praktik* (Monalisa (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- So, W. (2020). *Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country*. Statista. [com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country](https://www-statista-com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country)
- Subhan, M. N., Thalib, S., & Rachbini, W. (2023). The Influence of Trust, Benefits Perception and Ease of Use Perceptions of Bukalapak Online Shop Toward Buying Interest. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(4), 109–128. <https://doi.org/10.55057/ijbtlm.2022.4.4.10>

- Sudana, I. M., & Setianto, R. H. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS* (T. P. I (ed.)). PT. Gelora Aksara Pratama.
- Sudjana. (2015). *Metoda Statistika* (Edisi Ke 5).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Suhendro, B. P., Suprastha, I. N., & Kurniawati, D. (2023). The Influence of Brand Ambassador, Endorsement and Social Media on Consumers' Buying Interest on The Shopee E-Commerce Platform. *International Journal of Business and Technology Management*, 5(1), 399–410. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2023.5.1.30>
- Suryani, & Hendriyani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Pertama). PRENADAAMEDIA GROUP.
- Syafriani, D., Darmana, A., Syuhada, F. A., & Sari, D. P. (2023). Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan SPSS). In *CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Taslim, V. A., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 143–153. <https://doi.org/10.35957/prmm.v2i2.864>
- Totok Sasongko, Askiyanto, M., & Yuniarti. (2023). Pengaruh harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada anvibi cafe malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 11, 45–53.
- Tuzzahra, A. G., Meutia, & Bukhari, A. (2023). Effect of Halal Label, Halal Awareness and Product Composition Information on Consumer Buying Interest in Local food Products (A Case in the District of Rangkasbitung) Andini. In *Proceedings of the 2nd International Conference for Smart*

- Agriculture, Food, and Environment (ICSAFE 2021)* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-090-9>
- Viana, E. D. (2021). *Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek*. 12(3), 252–264.
- Widiana, I. W. (2016). Pengembangan Asesmen Proyek Dalam Pembelajaran Ipa Di Sekolah Dasar. *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 5(2), 147. <https://doi.org/10.23887/jpi-undiksha.v5i2.8154>
- Widyanto, Y. (2014). Identifikasi Dimensi Gaya Hidup Mahasiswa Berdasarkan Tingkat Pendapatan Dan Gender. *Doctoral Dissertation, UAJY*.
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63–75. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Wulandaria, M. T., & Safaruddin, R. S. (2022). Peranan Departement General Affrair Dalam Pelayanan Operasional Perusahaan Di Pt Semen Baturaja ( Persero ) Tbk. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 122–132.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>
- Zein, S., Yasyifa, L., Ghazi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan Dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(1), 3–12.