

DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, U., Juhaedi, Kasmad, & Nurfiанти, N. (2019). Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 647–655.
- Akim, A., Konety, N., Purnama, C., & Korina, L. C. (2019). The Shifting of Halal Certification System in Indonesia: From Society-Centric To State-Centric. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1), 115–126. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i1.4223>
- Akri, P., Edyson, & Suyono. (2022). LUCRUM : Jurnal Bisnis Terapan LUCRUM : Jurnal Bisnis Terapan. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241.
- Alfinda, F., & Haryanto, H. (2023). *Organic Food , Study on Consumers in Batam Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Untuk Membeli Makanan Organik Studi pada Konsumen di Batam*. 4(4), 4224–4236.
- Alifah, R. N., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian outer model pada konstruk resiliensi. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15124>
- Amalia, R., & Rozza, S.E., M.M., D. S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiositas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta). *Account*, 9(2), 1680–1690. <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andini, V., Akbar, D. A., & Maulana, C. Z. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiositas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 137–148.
- Arifin, M. J. (2021). Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(1), 67–83. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>
- Asbari, M., Santoso, P. B., & Purwanto, A. (2019). Pengaruh Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Inovatif pada Industri 4.0. *Jim UPB*, 8(1), 7–15. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1562>
- Astutik, I. D., Suyanto, U. Y., Purwanti, I., & Yaumi, S. (2022). Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee : Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2169–2184.
- 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.
- Bayu dkk. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 2020.

- Chairunnisyah, K., AK, M. F., & Wathan, H. (2020). Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Ibu Muslim Kota Medan Dalam Mengonsumsi Produk Makanan Halal. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi ...)*, 1(1).
- Davidson, H., Suworto, & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. <https://123dok.com/document/yj741dn6-metode-penelitian-ilmiah.html>
- Fahri, M. Al, & Ratnasari, A. (2021). *Hubungan Positioning Produk Gelato dengan Kepercayaan Konsumen*. 564–567. <https://103.78.195.33/handle/123456789/29292>
- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiositas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Gerung, J., Wa Ode Nova Noviyanti, & Leniarti Ali. (2021). Studi Fenomenologi Perilaku Konsumsi Makanan dan Minuman Cepat Saji Khas Korea pada Milenial Kota Kendari. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(1), 86–90. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i1.1826>
- Guarango, P. M. (2022). No Title *האָרענים לנגד העינים*, 8.5.2017, 2003–2005.
- halal.kemenperin.go.id. (2022). *INDONESIA PERTAHANKAN POSISI KEEMPAT DALAM SGIE 2022*. <https://Halal.Kemenperin.Go.Id/>. <https://halal.kemenperin.go.id/indonesia-pertahankan-posisi-keempat-dalam-sgie-2022/>
- Handrian, N., & Soliha, E. (2022). Keputusan pembelian: peran price discount, lifestyle, dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 348–355. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2164%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2164/1427>
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on the Purchasing Decision Process of Wardah Cosmetics by Using Brand Image as an Intervening Variable. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 2(1), 139–155. <https://doi.org/10.54298/ijith.v2i1.87>
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Humairoh, S. S., Wulandjani, H., & Kurniawati, D. (2022). Restoran Yorichi Bbq & Shabu-Shabu Depok Di. *Jimp*, 2(1), 1–11.
- Icam Sutisna. (2020). Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo, April*, 1–15.
- Irsyad Arkan, & Anik Lestari Andjarwati. (2022). Pengaruh Label Halal dan

- Religiositas terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Majalah Ekonomi*, 27(1), 63–71. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no1.a5417>
- Ismail, I., & AlBahri, F. P. (2019). Perancangan E-Kuisisioner menggunakan CodeIgniter dan React-Js sebagai Tools Pendukung Penelitian. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 3(2), 337. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v3i2.152>
- Ismail, M. I., Sova, M., & Limakrisna, N. (2022). Effect of Halal Labels, Brands, and Prices on Over the Counter Drugs Purchase Decision in West Java Province During Covid-19. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 508–524. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i3.1038>
- Janah, M., & Sufyati HS. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Wilayah Kota Bogor. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 14–23.
- Jarlest Andini Agustinanda, S. I. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen dengan Uji Deskriptif dan PLS Pada Perusahaan Multifinace. *Jurnal Ekonomi*, 25(3), 413. <https://doi.org/10.24912/je.v25i3.688>
- Karim, R., Wolok, T., & Lesmana Radji, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 5–24.
- Khairuddin, K., & Zaki, M. (2021). PROGRES SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA Studi pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama dan Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI Pusat. *Asas*, 13(1), 101–121. <https://doi.org/10.24042/asas.v13i1.9352>
- Khofifah, S., & Supriyanto, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. p-ISSN 2549-7332 %7C e-ISSN 2614-1167%0D
- LokaData. (2019). *Popularitas Konten Korea di Indonesia*. <https://Lokadata.Id>. <https://lokadata.id/artikel/fesyen-makanan-dan-musik-k-pop-terpopuler-di-indonesia>
- Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Nabila, T., & Andari, P. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Kabupaten Muaro Jambi. *Journal of Economics and Business Management*, 2(2).
- Niland, N., Pearce, A. P., Naumann, D. N., O'Reilly, D., Series, P. B., Sataloff, R. T., Johns, M. M., Kost, K. M., Orsini, R. J., Medicine, T., Kalkman, J. P.,

- Sataloff, R. T., Johns, M. M., Kost, K. M., Maiti, Bidinger, Assistance, H., Mitigate, T. O., Eroukhmanoff, C., & Licina, D. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Global Health*, 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Nisrina, R. N., & Najicha, F. U. (2022). Pengaruh Korean Wave Terhadap Ketahanan Nasionalisme Warga Negara Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 2384–2392. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3015>
- Novalia, D., Junaidi, H., & Sumantri, R. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Islami dan Religiositas terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 121. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2282>
- Nuryani, F. T. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Penelitian, J., & Ushuluddin, I. (2022). 3 1,2,3. 2(1), 180–197.
- Putriana, P. (2022). Peran Religiositas Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(2), 217–233. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i2.255>
- Rahman, A. 'Aunur, & Handayani, T. (2022). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Halal Melalui GoFood Saat Covid-19. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 149. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13928>
- Ratna Sari, D., & Rahardjo, D. (2021). Effect of Factors Financial, Trust, Demography, and Lifestyle of Purchase Intention Property in Jabodetabek. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal, Volume 4*, 11408–11421. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.3204>
- Riki Riswandi. (2019). Pengaruh Reputasi Penjual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 1(2), 42–55. <https://doi.org/10.46757/demand.v1i2.92>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=W2vXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=riyanto+%26+hatmawan+2020&ots=Zgwj0PK6CU&sig=WfvMyjexeuPEwVG8z1J2UcfRc_g
- Rizki, F., Rizki, F., & Hapsari, A. A. (2023). *PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK DI JAVA BAKERY. 1*, 39–51.
- Rosanti, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Tabungan Rencana di Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 2(1), 9–14. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v2i1.13>
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Prosiding Seminar Nasional Humanis 2019 Pengaruh*, 563–577.
- Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea

- (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, September.
- Sari, L. P. (2023). *Lita Permata Sari*. 2(1), 74–87.
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 39–46. <https://doi.org/10.33086/amj.v5i1.2047>
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- statistik.jakarta.go.id. (2020). *Agama Penduduk DKI Jakarta Tahun 2020*. <https://Statistik.Jakarta.Go.Id/>. <https://statistik.jakarta.go.id/agama-penduduk-dki-jakarta-tahun-2020/>
- Suleman, D., Febriyantoro, M. T., Fadly, R., Napitupulu, R. L., Safria, D., & Hasibuan, R. R. (2022). Perceptions On Halal Labels Impact On Purchase Decisions With Brand Image As Intervening Variables: A Consumer Study Of Solaria Restaurants In Jakarta. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 3(6), 58–63.
- Suyatno, A., Sukardi, K., Tontong, S., Hakim, I., Duta Bangsa Surakarta, U., Jambatan Bulan, S., & Muhammadiyah Makassar, U. (2023). Buyer Intervention on Halal Labeling and Product Quality: Literature Review Intervensi Pembeli Terhadap Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk: Literature Review. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 6. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/5085/3202>
- Trifena Revangelista Mambu, Johny R. E. Tampi, & Danny D. S. Mukuan. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79–84.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiositas Terhadap Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.
- Trust, C. (2023). (*CUSTOMER LOYALTY BY BUILDING BRAND IMAGE , CONSUMER TRUST*. 20(01), 55–64.
- Wibisono, A., Destryana, R. A., & Ghufrony, A. (2021). Pelatihan Partial Least Square (PLS) Bagi Mahasiswa. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(2), 24–30. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i2.1542>
- World Population Review. (2023). *Muslim Population by Country 2023*. <https://Worldpopulationreview.Com/>. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Wulan Dary, R., & Pudjiharjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiositas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(3), 252–263. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff>.
- Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). *The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics*

and Business), 5(2), 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>

Zalfa Ferdilah, 2024

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, LABELISASI HALAL, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI RESTORAN KOREA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upncj.ac.id]