

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, 2(July), 572–581.
<http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (P. N. A. Adnyana (ed.); Vol. 1). CV. Noah Aletheia.
- Ahmad, N. A. B., Abaidah, T. N. B. T., & Yahya, M. H. B. A. (2013). *A Study On Halal Food Awareness Among Muslim Customers In Klang Valley. 4Th International Conference on Business and Economic Research Proceeding, March*, 1073–1087.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andito, B. F., Yuliniar, & Triwardhani, D. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Mcdonald's Tebet Jakarta Selatan. *Journal of Young Entrepreneurs*, 1(1), 28–38. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Annur, C. M. (2023). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!* Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>
- Aprilliani, A. N., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Halal Awareness dan Label Lalal terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia di Indonesia. *Prosding SNAM PNJ*.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Arhinza, F., Handayani, T., & Ali, S. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi

- Keputusan Pembelian Konsumen. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1(1)*, 1551–1568.
- Ayuningrum, R. (2024, February 6). Penjualan Merosot, McDonald's-Starbucks Kompak Salahkan Perang Israel-Hamas. *Detikfinance*.
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7180598/penjualan-merosot-mcdonalds-starbucks-kompak-salahkan-perang-israel-hamas>
- Azharun. (2023a). *Fatwa Terbaru MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram*. Majelis Ulama Indonesia.
<https://mui.or.id/baca/berita/fatwa-terbaru-mui-nomor-83-tahun-2023-mendukung-agresi-israel-ke-palestina-hukumnya-haram>
- Azharun, N. (2023b, December 5). Prof Niam: Riset PUSFAHIM UIN Jakarta Buktikan Keterterimaan Fatwa MUI di Masyarakat Sangat Tinggi. *MUI Digital*. <https://mui.or.id/baca/berita/prof-niam-ri-set-pusfahim-uin-jakarta-buktikan-keterterimaan-fatwa-mui-di-masyarakat-sangat-tinggi>
- Azizah, P., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Islamic Brand dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Muslim Indonesia. *Prosiding SNAM PNJ (2022)*, 5(November), 4.
- Barusman, A. R. P., & Suwandi, F. (2020). The Impact of Lifestyle, Social Media Marketing, and Influencer Marketing on Purchase Decision for Ayam Geprek Culinary Business. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(9). <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR290317>
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. (2018). Food and Beverage Management. In *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (6th ed., Vol. 7, Issue 3). Routledge.
<https://doi.org/10.1177/001088046600700301>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian: Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis, dan Analisis Smart PLS* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.

- Esa, I., Masud, F., & Yusuf Agung Gunanto, E. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick di Kota Semarang. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 283. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1316>
- Fadlullah, A. K., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. (2021). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Food Ingredients, Advertising and Purchase Interest on the Decision To Buy “Samyang Noodles” (Study on Universities Students in Malang City). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(2), 107–113.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro Press.
- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. 3(June), 1579–1583.
- Fitria, S., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. com. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions of Telkomsel Service Products. *Innovation Research Journal*, 4(9), 419–425. <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Siti, A., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 05(2), 196–203.

- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, H. (2016). a Study on Awareness and Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu , Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016, Dubai, March*, 803–811.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- Ibrahim, T., & Rusdiana, H. . (2021). *Manajemen Mutu Terpadu* (T. E. IPS (ed.); Cetakan 1). Penerbit Yrama Widya.
- Investing.com. (2023). *Laporan Laba Rugi MCD*.
<https://id.investing.com/equities/mcdonalds-income-statement>
- John, A., & Klein, J. (2003). The Boycott Puzzle: Consumer Motivations for Purchase Sacrifice. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 49(9), 556. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaci.2012.05.050>
- Kim, W. (2023, October 28). The boycott movement against Israel, explained. *Vox*. <https://www.vox.com/world-politics/23935054/boycott-movement-palestine-against-israel-bds>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle of Marketing*. Jersey: Pearson Prentice Hall, Edisi Ketu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Cet. 4).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen* (14th editi). PT Indeks Kelompok Gramedia Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España* (Vol. 22). Pearson Education.
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94–101. <https://doi.org/10.37058/jem.v5i2.964>
- Luthfianto, D., & Suprihadi, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea*. 6.
- Mahendri, W., Darsono, J. T., & Firdiansjah, A. (2020). The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 1739–1746. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1105>
- Marsi, F., Harb, A., & Osgood, B. (2024). Israel’s war on Gaza updates: 6 children die of malnutrition in north Gaza. *AlJazeera*. <https://www.aljazeera.com/news/liveblog/2024/2/28/israels-war-on-gaza-live-thousands-could-die-in-days-as-israel-blocks-aid#:~:text=At least 29%2C878 people have,on Gaza since October 7.>
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Kobis.
- Mawardi. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 174–186. <https://doi.org/http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/535>

- Nadha, C. (2022, June 1). Masa Berlaku Ketetapan Halal MUI Berubah Menjadi 4 Tahun, Bagaimana Penjelasannya? *LPPOM MUI*. <https://halalmui.org/masa-berlaku-ketetapan-halal-mui-berubah-menjadi-4-tahun-bagaimana-penjelasannya/>
- Napolitano, E. (2024, January 5). McDonald’s CEO says Israel-Hamas war is having a “meaningful” impact on its business. *CBS News*. <https://www.cbsnews.com/news/mcdonalds-ceo-boycott-support-israel-hamas-war-protest/>
- Nashori, F., & Mucharam, R. D. (2002). *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam* (1st ed.). Menara Kudus.
- Novita Eka Rini, W. (2018). Analisis Gaya Hidup Terhadap Status Kesehatan Lansia Di Puskesmas Simpang IV Sipin Tahun. *Jurnal Kesmas Jambi*, 2(2), 14–19. <https://doi.org/10.22437/jkmj.v2i2.6550>
- Nugroho. (2023). Pertempuran Hamas-Israel 7 Oktober. *Radio Republik Indonesia*. <https://www.rri.co.id/internasional/497968/pertempuran-hamas-israel-7-oktober#:~:text=KBRN%2C Jakarta%3A Pada pagi hari,masuk melalui penyeberangan perbatasan Gaza.>
- Nuha, B. L., & Anwar, M. K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1118–1127. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4442>
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). The Effect of Halal Awareness and Lifestyle on The Purchase Decision of Japanese Food in Jakarta. *Journal of Islamic Economics and Social Science (JIESS)*, 2(2), 66. <https://doi.org/10.22441/jiess.2021.v2i2.001>
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), 126–137. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>

- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Octaviana, S. A., & Anwar, A. Z. (2023). *Pengaruh Harga, Label Halal Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Pada Masyarakat Kabupaten Jepara*. 98–115.
- Panorama, M., & Muhajirin. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press.
<https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hpatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). 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>
- Putra, S., & Susilawati. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup dengan Kejadian Hipertensi di Indonesia (A: Systematic Review)*. 6, 15794–15798.
- Rachmayani, A., Anwar, S., & Muhlis. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Warung Sunda Sambal Dower Ayam Kampung Di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor*. 5(1), 1–12.
- 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>

- Rahmawati, R. T., & Fathoni, M. A. (2021). The Effect of Advertising and Product Quality on the Purchase Decision of Halal Cosmetics With Online Consumer Reviews As Mediation. *Studies and Scientific Researches. Economic Edition*, 34, 44–56.
- Rezai, G., Mohamed, Z. A., Shamsudin, M. N., & Chiew, E. F. . (2009). Concerns for halalness of halal-labelled food products among Muslim consumers in Malaysia: Evaluation of selected demographic factors. *Economic and Technology Management Review*, 4, 65–73.
- Rizaty, M. A. (2023, November 9). Data Jumlah Penduduk Indonesia (2013-2023). *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah-penduduk-indonesia-20132023>
- Salsabila, R. (2024). Penjualan McDonald’s Turun Imbas Boikot, Ini Data Terbaru. *CNBCIndonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240206095211-33-512186/penjualan-mcdonalds-turun-imb-imb-boikot-ini-data-terbaru>
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan Ke). CV. Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. XIII(2), 140–146.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/125>
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran / Sutisna ; editor, Miftah F. Rakhmat ; pengantar, Teddy Pawitra*. Remaja Rosdakarya.

- Suwarman, U. (2015). *Perilaku konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (R. Sikumbang (ed.); 2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Tessier, Y. (2023). Hundreds of thousands rally across cities to support Palestinians. *Reuters*. <https://www.reuters.com/world/uk/thousands-join-pro-palestinian-protest-london-demand-gaza-ceasefire-2023-10-28/>
- Utama, A. P., Simon, J. C., Nurlaela, F., Iskandar, & Arsyad, A. A. (2023). The Impact of the Boycott Movement on Israeli Products on Brand Perception Among Muslim Consumers: an Analysis of Brand Image and Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, December*.
<https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>
- Wahyuni, F., Usman, B., & Dafwadi, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Humaniora, 3(2)*, 142–154.
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif., Vol. 15.(2)*, 79-88.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/833/1610>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(3)*, 1058–1068.
- Zuhro, Z., & Budiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 11(9)*, 1–19.
- Zulkifli, A. (2012). *Manajemen Sistem Informasi* (Cet ke-4). PT Gramedia Pustaka Utama.