

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Adinugraha, hendri H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 04(April), 200–224. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Hendri+Hermawan+Adinugraha%2C+Mila+Sartika.+%282019%29.+Gaya+Hidup+Halal+di+Indonesia.+An-Nisbah%3A+Jurnal++Ekonomi+Syariah+Volume+05%2C+Nomor+02%2C+April+2019&btnG=
- Aisyah, S. D. (2016). The role of social media for the movement of modest fashion in Indonesia. *Global Fashion 2016*, 3(3), 90–95.
- Amruddin, Wahyudi, I., Damanik, D., Purba, E., Umar, M., Ruswandi, W., Febrian, W. D., Putra, I. G. C., & Yuliastuti, I. A. N. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen* (M. Sari & D. P. Sari (eds.); Issue Juli). PT Global Eksekutif Teknologi. https://www.researchgate.net/publication/380362452_METODOLOGI_PENELITIAN
- Ariby, W., Deswita, N., & Hasibuan, R. R. A. (2025). Upaya Meningkatkan Kesadaran Konsumen Muslim Dalam Memilih Produk Halal Dan Syariah. *Economic Insight: Journal of Economic and Management*, 1(2), 54–61.
- Arsudin, M., Saad, S., Kurni, W., & Masykur. (2024). Konsep Halalan Thayyiban Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya dengan Kesehatan Jiwa. *Adh Dhiya | Journal of Qur'an and Tafsir*, 1(2), 73–89.
- BPJPH. (2025). *Nomor Sertifikat Mawwah Hijab*. https://bpjph.halal.go.id/sertifikat-halal/sertifikat?nama_produk=mawwah&page=1
- Cahyati, F. (2025). *Pengaruh Korean Waved Fesyen, Gaya Hidup, dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fesyen Muslimah (Studi Kasus Muslimah Generasi Z di Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah)*. Universitas Islam Negeri Prof K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Darmawan, A. D. (2025). *Statistik Penduduk Beragama Islam di DKI Jakarta 2019-2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/9095ffde6714822/87-4-penduduk-di-dki-jakarta-beragama-islam>
- DinarStandard. (2025). State Of The Global Islamic Economy Report 2024/2025. In *DinarStandard*.
- Dwiayu, N., Haris, M. A. Al, & Idrus, I. I. (2025). Komodifikasi Agama Dalam Fashion Islami: Studi Atas Penggunaan Simbol Keagamaan Dalam Desain Pakaian. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(3), 3031–5220.

- Efendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145–154. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- Fadilah, W. A., Muhaimin, & Rini, I. P. (2025). Pengaruh Nilai Religiusitas, Pengetahuan Produk, Trend Fashion terhadap Minat Beli Fashion Pakaian Syar'i (Studi pada Wanita Muslim Pengguna Pakaian Syar'i di Kota Jakarta Selatan). *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 4(3), 537–550. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i3.6009>
- Fate'ah, A. Z. (2022). *Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Pentingnya Label Halal Pada Produk Non Makanan dan Minuman (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Gerduren Kecamatan Purwojati Kabupaten Banyumas)*. Universitas Islam Negeri Prof K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Fatmawati, P., Setiawan, F., & Nasik, K. (2023). Analisis Religiusitas , Kesadaran Halal , Literasi Halal , Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku Umkm Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), 76–88.
- Fauzi, T. (2023). *Peran Pondok Pesantren dalam Mendukung Pemahaman Ekonomi Syariah dan Perkembangan Industri Halal Lifestyle pada Pondok Pesantren di Kecamatan Seputih Surabaya*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Patial Least Squares SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Second Language and Education Research: Guidelines Using an Applied Example. *Research Methods in Applied Linguistics*. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Halal Corridor. (2025). *Viral! Hijab Halal Pertama di Indonesia, Perlu Kah?* Halal Corridor. <https://halal-corridor.com/viral-hijab-halal-pertama-di-indonesia-perlu-kah/>
- Husna, A., Zuhirsyan, M., & Kholil, A. (2024). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Mahasiswi Muslim Kota Medan. 442–448.
- Izzah, N. (2025). Hijab Street style Ekspresi Modest Fashion dan Komodifikasi Agama. *Nihayah : Journal of Islamic Studies*, 1(2), 142–157.
- Kadir, S. (2023). Peluang Industri Fashion Halal di Indonesia: (Model Pengembangan dan Strategi). *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*, 15(1), 142–160. <https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4208>
- Khairullah, M. N., Irdiana, S., & Ariyono, K. Y. (2024). Dampak Perilaku Gaya Hidup Halal Dalam Meningkatkan Minat Membeli Produk Halal Pada Generasi Z. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 207–218.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Luhglatno, Kumala, D., Wardhana, A., Prasetya, P., Lukiastuti, F., Lustono, Yulianti, M. L., Djou, L. G., Ginting, M. L., Irdhayanti, E., Bilgies, A. F., & Hardiwinoto. (2024). *Metode Penelitian Manajemen* (A. S. Agim (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Ma'ruf, A. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup Halal, dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2018-2020)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Mandalin, M. M. R. (2025). *Pengaruh Literasi Halal, Label Halal, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Melalui Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Generasi Z di Pekalongan)*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Mariam, S., & Fajriati, I. (2024). Persepsi Label Halal dan Digital Marketing “Nglarisi” Dalam Meningkatkan Penjualan di UMK Gandeng-Gendong Yogyakarta. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 08(1), 63–84. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Miqdad, M. (2024). *Pengaruh Tren Fesyen, Literasi Halal, dan Gaya Hidup Halal Terhadap Minat Beli Sneakers Masyarakat Jakarta*.
- Nugraha, R. (2024). Analisis SWOT Terhadap Urgensi Sertifikasi Halal Fashion Sebagai Preferensi Konsumen Muslim. *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, 06(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.33477/eksy.v6i1.7280>
- Pratama, A. A. N., Hamidi, M. L., & Cahyono, E. (2023). The effect of halal brand awareness on purchase intention in indonesia: the mediating role of attitude. *Cogent Business and Management*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2168510>
- Purwanti, N., & Auliaunnissa, T. (2023). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Masyarakat Desa Gandu. *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 143–156. <https://doi.org/10.32670/ecoiqtishodi.v14i2.3196>
- Putri, A. M. H. (2023). *Akses Internet DKI Paling OK, Provinsi Mana Paling Gaptek?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230320074744-128-423039/akses-internet-dki-paling-ok-provinsi-mana-paling-gaptek>
- Putri, D. K. M., & Ismail, N. (2025). Pengaruh Pengaruh Literasi Konsep Halal,

- Religiusitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Halal Fashion: Studi Kasus Mahasiswa/I Bogor. *Economic Reviews Journal*, 4(3), 1080–1088. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i3.798>
- Rahman, R., & Indra. (2024). The influence of halal fashion, lifestyle, and brand image on Gen Z's hijab fashion preferences in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 251–270. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14>
- Sagita, N. (2024). *Pengaruh Trend Halal Lifestyle dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Belanja Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan)*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Saharani, S. (2025). Transformasi Strategi Pemasaran Halal dalam Era Digitalisasi. *Finotec: Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(2), 198–213.
- Salehudin, I. (2010). Halal Literacy : A Concept Exploration and Measurement Validation. *Asean Marketing Journal*, 2(1), 1–54. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2004762
- Saputro, J. D. H., Wilujeng, I. P., & Pratikto, H. (2021). The Influence of Halal Awareness and Halal Certificate on Purchase Intention Through Brand Image. *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges*, 56–62. <https://doi.org/10.1201/9781003189282-10>
- Sholikha, A., & Rahmi, M. (2024). Pengaruh Trend Fashion, Halal Lifestyle, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Hijab Generasi Z di DKI Jakarta. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 82–90. <https://doi.org/10.31294/eco.v8i2.21762>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf
http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm
http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf
<https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/>
- Sujono, R. I., Wiyandi, W., Wibowo, F. W., Yunadi, A., Kamal, A. H., Wibowo, A., & Salam, A. (2023). Purchase Decision on Halal Products among Female Muslim: Evidence from Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 309–321. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v8i3.555>
- Sumarlia, E., Li, T., Wang, B., Moosa, A., & Sackey, I. (2021). The impact of customer halal supply chain knowledge on customer halal fashion purchase intention. *Information Resources Management Journal*, 34(3), 79–100. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2021070105>
- Taufiq, Aulia, D., Aviva, I. Y., Ramadhan, S., Indana, R., Napitupula, R. M., Nur, I., Hafizi, M. R., Saefurrohman, G. U., Siregar, R. M. A., Cahyani, U. E., Annisa, A. A., Athief, F. H. N., Aziz, M. A., & Nugroho, L. (2022). *Peluang dan Tantangan Industri Syariah* (pp. 43–50). IAIN Lhokseumawe.

- Thariq, D., Nuraeni, E., Aisah, S., & Derajat, S. P. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim. *Jurnal Krakatau Indonesian of Multidisciplinary Journals*, 3(1), 180–191.
<https://jurnal.desantapublisher.com/index.php/krakatau/article/view/432>
- Tieman, M., & Hassan, F. H. (2015). Convergence of Food Systems: Kosher, Christian and Halal. *British Food Journal*, 117(9), 2313–2327.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2015-0058>
- Ulum, M., Nastiti, N. D., & Muazzaroh, F. (2021). Pendekatan Studi Islam: Studi Perilaku Berdema Masyarakat, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen Masyarakat Kelurahan Bugih Pamekasan dalam Tinjauan Hukum Islam. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 172–188.
<https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.908>
- Utomo, F. (2024). *Halal Lifestyle: Gaya Hidup Masa Kini yang Menginspirasi Generasi Muda*. Halal.Id. https://www.halal.id/gaya-hidup-halal#google_vignette
- Wahyuni, I. N., Hakim, L., & Murtini, W. (2018). Effectiveness of Education Module Implementation on Increasing Islamic Financial Literacy and Halal Literacy of MSMEs Perpetrators. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 10(1), 51–58.
<https://doi.org/10.15294/jda.v10i1.12516>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The Challenges of Islamic Branding: Navigating Emotions and Halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28–42.
<https://doi.org/10.1108/17590831111115222>