

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Y. R., Windayani, N., Nuryantini, A. Y., & Agustin, T. W. (2024). *Analisis Hubungan Literasi Halal dengan Konsumsi Makanan Siap Saji (Analysis of The Relationship Between Halal Literacy with Fast Food Consumption)*. 6(April).
- Adiba, E. M., & Wulandari, D. A. (2018). *Pengaruh Halal Knowledge , Islamic Religiosity , dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya. I*, 357–369.
- Akhnaf, A. F., Putri, R. P., Vaca, A., Hidayat, N. P., Az-zahra, R. I., & Rusdi, A. (2022). *Self Awareness dan Kecemasan pada Mahasiswa Tingkat Akhir*. 6(1), 107–118.
- Andriani, D., Hadi, K., & Laras, E. (2021). *Respon Siswa Terhadap Pembelajaran Dalam Jaringan (Daring) Pada Mata Pelajaran Matematika*. 2(1), 24–30.
- Arifin, M. Y. (2021). Analisis Kewenangan Pemerintah Daerah Dalam Kebijakan Jaminan Produk Halal. *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 1(1), 72. <https://doi.org/10.24252/ad.v1i1.22844>
- Arsil, P., Wicaksono, R., & Hidayat, H. H. (2022). *Penerapan Sistem Jaminan Halal Untuk Memenuhi Kewajiban Sertifikasi Halal dan Meningkatkan Daya Saing UMKM Olahan Duren*. 8(1), 32–41.
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). *Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal dan Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah*. 09(02), 341–355. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>
- Balqis, S. A., & Zulaikha, S. (2023). *Jurnal bisnis dan manajemen (jbm)*. 19(2).
- Darma, M. (2022). Kota Medan Menjadi Brand Image Wisata Syar'I. *Value*, 2(2), 124–143. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.221>
- Dataindonesia. (2025). *Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama pada 2024*. Dataindonesia. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah->

penduduk-indonesia-menurut-agama-pada-2024

- Fadilah, T. N., Purwanto, & Alfianto, A. N. (2020). *Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal*. 18(1), 1–10.
- Fitri, A., Chusna, F., & Mustofa, R. H. (2024). *Ekonomis : Journal of Economics and Business Pengaruh Religiusitas , Norma Subjektif , dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal ditinjau dari Purchase Intention*. 8(1), 551–562. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1569>
- Fitri S.M, A., & Indriyanti, I. S. (2018). *Pengaruh Knowledge , Religiosity , Attitude , dan Intention terhadap Willingness to Pay pada Konsumen Produk Kosmetik Halal Inez di Jakarta*. 1–6.
- Gilalo, J. J., Sulistiyono, A., & Harahap, B. (2020). *Tinjauan Yuridis dalam Bukti Hukum Konsumen dalam Makanan Halal*. 12(1), 26–40.
- Hakim, L., & Waluyo, A. (2023). *konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman halal*. 2(1), 49–65.
- Harahap, M. F. (2021). *Epistemologi Konsumsi Halal Dalam Perspektif Islam*. 2, 94–107.
- Huda, N. (2017). *Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim*. 32, 247–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>
- Humaida, A., Fasicha, I. D., Alghifari, M. R., & Lestari, P. S. (2024). *Potensi Industri Halal di Indonesia sebagai Negara Berpenduduk*. 6(1), 11–24.
- Idris, R. (2025). *Halal Education and Knowledge in Brunei Darussalam , Malaysia and Japan : A Comparative Study*. Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-96-0393-0>
- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–491. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>

- Lifia, Hidayatulloh, M. H., & Rohman, M. H. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 6, 965–976. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4884>
- Ma'rifat, T. N., & Sari, M. (2017). *Penerapan Sistem Jaminan Halal Pada UKM Bidang Olahan Pangan Hewani Application*. 1(1).
- Mahardiyanto, A., Fathorrazi, M., Suparman, Zainuri, & Priyono, A. (2022). *No Title*. 1(7), 83–96.
- Mardiani, F., & Kamaruddin, A. M. (2025). *Pengaruh Faktor Religiusitas dan Pengetahuan Islami Terhadap Konsumsi Produk Pangan Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman)*. 4(1), 15–24.
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868–884. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Matondang, Z., Hamni Fadlilah, & Ahmad Saefullah. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 18–38. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.138.18-38>
- Millatina, A. N., & Sayyaf, R. T. F. (2025). *Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang)*. 9(02), 2610–2619.
- Musthofa, A., & Burhanudin. (2021). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* ISSN : 2579-6208 (Online) *Konsumen Muslim : Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan*. 9, 81–97.
- Mutiara, I., & Syahputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Kembelian pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 148–160.

- Nisa, K. Z., & Ridlwan, A. A. (2022). *Peran Pengetahuan Halal, Religiusitas, dan Sikap Terhadap Niat Beli Kosmetik Lokal Berlabel Halal*. 10(4), 1237–1249.
- Nur, F. (2021). *Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim*. 1.
- Perdana, Y. R. (2020). Halal Product Review Based on Total Quality Management and a Supply Chain Management Perspective. *Journal of Industrial Engineering and Halal Industries*, 1(1), 78–86. <https://doi.org/10.14421/jiehis.1877>
- Puspa, I. (2018). *Pengaruh motivasi , disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pt . Ortho timur surabaya*. 26.
- Putri, C. N. S., Adiba, F. A., Aulia, S. R., Supriyatna, A., & Cahyanto, T. (2023). *Analisis Tingkat Pengetahuan dan Kesadaran Konsumsi Pangan Halal pada Mahasiswa Biologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. 6(2), 65–72. <https://doi.org/10.14710/halal.v5i2.14921>
- Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), 52–63. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Ramadhani, M. F., & Budiani, M. S. (2018). *Hubungan antara Kualitas Kehidupan Kerja dengan Semangat Kerja pada Karyawan PT . X*.
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap*. 1(1), 27–35.
- Ropikoh, S., Mardiah, & Akil, S. (2021). *Trend Konsumsi Produk Halal pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0*. 3(2).
- Rosidi, A., Musdianingwati, T., Suyanto, A., Yusuf, M., & Sulistyowati, E. (2018).

Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. 40–48.

Sahib, M., & Ifna, N. (2024). *Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thoyyib dalam Kegiatan Konsumsi.* 6, 53–64.

Selian, G. A., & Malahayatie. (2024). *Mengukur tingkat kesadaran konsumen tentang sertifikat halal.* 8(2), 274–285.

Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 39–46. <https://doi.org/10.33086/amj.v5i1.2047>

Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). *Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun.* 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal>.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* 9, 2721–2731.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.*

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.*

Sukma, M. R. D., & Cahyono, B. (2021). *Peran Pengetahuan Produk Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal.* 22(2), 11–32.

Sururi, M. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Pembelian Produk yang Dipasarkan di Supermarket TIP TOP Cabang Ciputat.* 13(01), 47–56.

Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).* 2(1), 44–50.

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>

Syukri, A. U., & Rahmatia. (2020). *Determinan Pola Konsumsi Mahasiswa yang Bekerja di STIE Tri Dharma Nusantara*. 6(1), 1–11.

Ulfah, M., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2022). *Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. 14(2), 237–245.



Intelligentia - Dignitas