

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Amelia, R. (2023). Komodifikasi nilai simbolik dalam masyarakat kapitalistik: Analisis budaya konsumsi terhadap praktik keagamaan. *Jurnal Ekonomi Politik Budaya*, 11(1), 45–60.
- Ardiansyah, M. R. (2023). Self-values dan perilaku konsumsi Generasi Z: Studi fenomenologis pada konsumen produk spiritual. *Jurnal Ilmiah*, 5(1), 49–65.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.
- Berger, P. L. (2021). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. O. R. Media.
- Clifford Geert. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Durkheim, E. (2011). *The elementary forms of religious life*. Free Press.
- Fitriani, R., & Alamsyah, A. (2021). Sinkretisme nilai spiritual dalam konsumsi produk berlabel religius: Studi pada masyarakat urban Indonesia. *Jurnal Sosiologi*, 13(2), 145–160.
- Haryanto, I. (2021). Komodifikasi simbol agama dalam praktik pemasaran modern. *Jurnal Komunikasi Dan Masyarakat*, 9(2), 145–160.
- Hendryadi. (2024).). Kesadaran halal pada Generasi Z dalam konsumsi makanan dan minuman: Analisis perilaku konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 22–35.
- Hidayat, M. . & M. S. (2022). Persepsi Generasi Z terhadap simbol dan praktik keagamaan di media sosial: Sebuah studi kualitatif. *Jurnal Komunikasi Dan*

Media Digital, 5(1), 77–94.

- Kotler, P. . & K. K. L. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson.
- Lestari, S., & Hasan, M. (2022). Religiusitas dan preferensi konsumen muslim terhadap produk bernilai simbolik keagamaan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 101–115.
- Makiah, N. (2022). A convergence in a religion commodification and an expression of piety in halal certification. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 20(2), 153–170.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Nugroho, A. . & S. M. (2020). Pemaknaan keberkahan dalam praktik keagamaan masyarakat Muslim Indonesia: Perspektif teologis dan sosiologis. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 12(2), 115–130.
- Nurdin, M. (2022). Peran tokoh agama dalam legitimasi produk keagamaan: Studi pada konsumsi spiritual masyarakat perkotaan. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 9(1), 34–49.
- Oktaviani, L. R. (2021). *Persepsi Generasi Z terhadap produk religius: Studi kasus air ruqyah dan garam berkah*. 6(3), 112–128.
- Prasetyo, H. B. (2020). Banalitas simbol keagamaan dalam praktik pemasaran modern: Tinjauan sosiologi agama. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 12(1), 55–77.
- Pratiwi, N. D. (2021). *Digital native mindset: Analisis pola pikir kritis Generasi Z dalam era informasi cepat*. *Jurnal Media Dan Masyarakat Digital*, 4(2), 55–70.
- Putri & Salim. (2020). Skeptisisme Generasi Z terhadap klaim spiritual di era

digital. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(1), 22–35.

Rahmawati, L. (2022). Komersialisasi agama dan pergeseran makna kesakralan pada generasi muda. *Jurnal Psikologi Sosial Dan Budaya*, 9(1), 33–48.

Ramadhan, A. (2024). agama dan legitimasi sosial dalam masyarakat urban Jakarta: Analisis praktik simbolik dalam ruang publik dan bisnis. *Jurnal Sosiologi Perkotaan*, 12(1), 45–60.

Salmah, S., & Anwar, H. (2023). Determinants of purchase intention for halal products among Generation Z consumers: An application of the *Theory of Planned Behavior*. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 210–225.

Salsabila, N. (2023). *Theory of Planned Behavior* dan keputusan konsumen dalam membeli produk religius: Studi pada remaja akhir dan Generasi Z. *Jurnal Psikologi Konsumen Kontemporer*, 4(3), 150–167.

Sari & Mulyana. (2021). Persepsi konsumen terhadap produk berlabel religius dalam budaya konsumsi masyarakat Muslim. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*, 7(2), 101–118.

Shihab, M. Q. (2020). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an* (Vol. 1). Lentera Hati.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretatif, interaktif, dan konstruktif*. Alfabeta.

Syamsuddin, S. (2019). Konsep barakah dalam perspektif Qur'ani: Kajian linguistik dan teologis. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, 20(2), 145–162.