

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, dkk. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abiba, Riska Widya. 2023. *Pengaruh Pengetahuan Produk, Kesadaran Halal, Sikap, Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Makanan Kaki Lima Kota Surabaya Dimediasi Minat Beli*. Tesis tidak Diterbitkan. Malang: Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Arsad, Putri Afifah. 2023. *Pengaruh Religiusitas Islam Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Merek Wardah Di Kota Medan (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Medan Area Tahun 2021)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Medan: FEB Universitas Medan Area.
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja
- Dewi, Galuh Citra Lisna. 2024. *Pengaruh Life Style, Media Sosial dan Fitur ShopeePay Later terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePay Later pada Generasi Z di Tulungagung*. Skripsi tidak Diterbitkan. Tulungagung: FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Dinas Kesehatan. 2020. *Profil Kesehatan Kediri*. Kediri: TP.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri. *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kecamatan Mojo Tahun 2017 – 2020*.
- Duwi Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ernawati, Sri dan Iwan Koerniawan. 2023. “Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, (online), 16 (1):. 207—215 (<http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis>), diakses pada 21 September 2024.
- Ernita, Shafira Jingga. 2023. *Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Dengan Moderator Religiusitas (Studi pada Wanita Muslim terhadap Kosmetik Halal Wardah)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Lampung: FEBI UIN Raden Intan Lampung.

- Evandasari, Nesty Diah. 2021. *Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Dan Kesadaran Halal Terhadap Niat Beli Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Milenial Sragen)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Surakarta: FEBI IAIN Surakarta.
- Fauzia, Diah Retno Sufi. 2018. *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk Di Kota Malang)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Malang: FIA Universitas Brawijaya.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Ahmad, Nurma Sari dan Khairil Umuri. 2021. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)”. *Jurnal Al-Buhuts*, (online), 17 (2): 198—212 (<https://journal.iaingorontalo.ac.id>), diakses pada 21 September 2024.
- Hamdi, Asep Saepul. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanifah, Rana Fairus dan Albari. 2023. “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah”. *Dynamic Management Journal*, (online), 7 (4): 542—556, (<https://jurnal.umt.ac.id>), diakses pada 21 September 2024.
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika dan Anis Darsiah. 2021. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta”. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, (online), 26 (2): 204—212, (<http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/JIP/index>), diakses pada 21 September 2024.
- Ibnunas, Bintang Ghaliyan . 2020. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada CNI Street Food di Jakarta Barat)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Iqbal, Muhammad dan Maharani Dyah Kusumawardhani. 2023. “Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online”. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, (online), 7 (1): 23—32, (<https://journal.uui.ac.id>), diakses pada 21 September 2024.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*. Surabaya: Erlangga.
- Kusumawardhani, Maharani Dyah. 2022. *Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online*. Skripsi tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam UII Yogyakarta.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama, 2022 dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=168&to=168>, diakses pada 20 Februari 2025
- Lestari, Dwi Indah. 2024. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Muslim Membeli Produk UMK Berlabel Halal (Studi Empiris Toko Oleh-Oleh Abah Uus)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Purwokerto: FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Lintong, Debry Ch. A. 2018. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil dan Menengah di Manado”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, (online), 5 (3): 169—178, (<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/download/21708/21407>), diakses pada 29 November 2024.
- Machfudz, Mashuri. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media.
- Mahendra, Hairunnas Esa. 2021. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Pemahaman Tentang Produk Halal Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal Oleh Produsen UMKM HIPMI Jember*. Skripsi tidak Diterbitkan. Jember: FEBI IAIN Jember.
- Malindasari, Ayu. 2021. *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*

- (Studi Kasus Konsumen Bapia Murni Nuqiqu Kelurahan Plamongan Semarang). Skripsi tidak Diterbitkan. Semarang: FEBI UIN Walisongo Semarang.
- Muhyi, Muhammad, dkk. 2018. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press.
- Prabowo, S. A. 2018. “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean”. *Jurnal Ekobis Dewantara*, (online), 1 (7): 115—126. (https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/513&ved=2ahUKEwjdzfCsyI_1AhVbSX0KHSggDAMQFjABegQIBBAB&usg=AOvVaw14gpwaPq6tkJhyfioALRga), diakses pada 03 November 2024.
- Pramesti, Getut. 2016. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Prayoga, Adistia. 2018. “Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Halal di Indonesia” dalam <https://halal.unair.ac.id/blog/2018/09/05/beberapa-faktor-yang-mempengaruhi-kesadaran-halal-di-indonesia/>, diakses pada 05 November 2024.
- Purbaningrum, Selvia Novita. 2022. *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen Muslim dalam Mengkonsumsi Makanan Halal di Kabupaten Tulungagung*. Skripsi tidak Diterbitkan. Tulungagung: FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Putera, Nufal Hanif Utama. 2023. *Pengaruh Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*. Skripsi tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII.
- Putri, Lisa Utami. 2023. *Pengaruh Brand Ambassador dan Logo Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik dan Skincare Lokal dengan Product Quality sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial di Bandar Lampung)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Lampung: FEBI UIN Raden Intan.
- Rahmat, Chandra Okspendri dan Vicky F Sanjaya. 2022. “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk

- Berlabel Halal Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung”. *Jurnal TAUJIH Jurnal Ekonomi Syari’ah*, (online), 4 (1): 58—75, (<https://ejournal.iaiqi.ac.id>), diakses pada 21 September 2024.
- Rahmawaty, Anita. 2021. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Idea Press.
- Ramadhan, Muhammad. 2021. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cake And Bakery di Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbanghasundutan*. Skripsi tidak Diterbitkan. Medan: FEBI UIN Sumatera Utara.
- Riduwan. 2014. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosid, Pradnya Pricilla. 2022. *Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Skincare Nature Republic Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Mahasiswi Aktif Perguruan Tinggi Islam)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Jakarta: FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Saniatuzzahroh, Aprilia dan Desi Trisnawati. 2022. “Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Brand Image dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal: Sikap Sebagai Variabel Intervening”. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, (online), 1 (6): 870—888, (<https://journal-nusantara.com>), diakses pada 21 September 2024.
- Setyowati, Anis dan Moch. Khoirul Anwar. 2022. ” Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun”. *Lisan Al-Hal : Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, (online), 16(1): 108—124, (<https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/lisanalhal>), diakses pada 21 September 2024.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2007. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Untuk Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pusaka Publisher.
- Sukma, Muhammad Romi Dian dan Budhi Cahyono. 2021. “Peran Pengetahuan Produk Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal”. *Jurnal EKOBIS*, (online), 22 (2): 21—32, dalam <https://jurnal.unissula.ac.id>, diakses pada 21 September 2024.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suryani dan Hendryadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryowati, Budi dan Nurhasanah. 2020. “Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal”. *Jurnal Kompleksitas*, (online), 9 (1): 11—20, (<https://ejurnal.swadharma.ac.id>), diakses pada 21 September 2024.
- Syaparudin. 2021. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Yogyakarta: Trust Media Publishing.
- Ulya, Inarotul. 2021. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Semarang: FEBI UIN Walisongo Semarang.
- Vristiyana, Visca Mirza. 2019. “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan)”. *Jurnal Ekobis*, (online), 20 (1): 85—100 (<https://www.researchgate.net>), diakses pada 21 September 2024.
- Yusuf, Muhammad, Rasmon dan Elva Ulvah Rahayu. 2024. “Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Mixue Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru)”. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, (online), 4 (1): 7082—7093, (<https://j-innovative.org/index.php/Innovative>), diakses pada 21 September 2024.
- Zusrony, Edwin. 2020. *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.