

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, Kemal Faza. 2019. *Pengaruh Religiusitas dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Japanese Food Restaurant di Magelang)*. Skripsi tidak Diterbitkan. Sidoarjo: UM Magelang.
- Alinda, Riska dan Hendri Hermawan Adinugraha. 2022. “Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal, dan Sikap Konsumen Untuk Membeli Produk Makanan dan Minuman Kemasan”, *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2(2), 153-168. (<https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/sosebi>), diakses 3 September 2024.
- Anbela, Niko Sakti. 2022. *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Selera, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Cepat Saji Richeese Factory (Studi Pada Konsumen Muslim Cengkareng, Jakarta)*. Skripsi tidak Diterbitkan, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arafah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Armitage, Christopher J. 2004. *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*, United State of America: Transaction Publisher.
- Arviana, Pipi. 2020. *Pengaruh Religiusitas dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daging Olahan (Studi pada Konsumen Muslim Nadia Food Supplies Makassar)*, Skripsi tidak Diterbitkan, Makassar: UIN Makassar.
- Asrina dan Lince Bulutoding. 2017. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin)”, dalam www.semanticscholar.org, diakses 7 September 2024.
- Astogini, Dwiwiwati, Wahyudin, dan Siti Zulaikha Wulandar. 2014. “Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal”, *JEBa*, (Online), 13(1), (jp.feb.unsoed.ac.id), diakses 6 September 2024.
- BPS Tulungagung. 2023. *Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung Tahun 2023*, dalam <https://tulungagungkab.bps.go.id/id/publication>, diakses 3 September 2024.
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: Toha Putra.

- Gateway, Salaam. 2023. "The State of The Global Islamic Economy 2023/24 Report", dalam <https://salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE23>, diakses 3 September 2024.
- Hagger, Martin. 2019. "The Reasoned Action Approach and the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior", dalam <https://www.researchgate.net/publication/332040882>, diakses 5 September 2024
- Harahap, Dedy Ansari. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan", Jurnal Keuangan dan Bisnis, (Online), 7(3): 227-242, (<https://www.researchgate.net/publication/314283848>), diakses 6 September 2024
- Inriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen. Yogyakarta:BPFE Yogyakarta.
- Kementrian Agama. 2022. Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal No. 145 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Logo Halal dan Label Halal, Jakarta: BPJPH.
- Khoerunnisa, Tiara Sunaryo, dan Astrid Puspaningrum. 2016. "Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang", Jurnal Ekonomi Bisnis, (Online), 21 (1), (journal2.um.ac.id), diakses 6 September 2024.
- Mahwiyah. 2010. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta, Skripsi tidak Diterbitkan, Jakarta: UIN Jakarta.
- Mulyati, Sri, Achmad Abu bakar dan Hasyim Hadade. 2023. "Makanan Halal dan Tayyib dalam Perspektif Al-Quran", Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, (Online), 1 (1) 3-33, (pdfs.semanticscholar.org), diakses 3 September 2024.
- Ningsih, Putri. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor di Kalangan Mahasiswa, Skripsi tidak Diterbitkan, Malang: UM.
- Nugraha, Widya Satya Dennis, Chen, dan Shang-Ho. 2022. "The effect of a Halal label and label size on purchasing intent for non-Muslim consumers", dalam www.elsevier.com/locate/jretconser, diakses 6 September 2024.
- Pebriani, Nufian S. dan Dewi. 2018. Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: UB Press.
- Peraturan Perundang-Undangan. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 tentang Pedoman Gizi Seimbang, Jakarta: PERMENKES PGS.

- Prasetyo, Rizki Heri, Masduki Asbari, dan Salsabila Amela Putri. 2023. "Mendidik Generasi Z: Tantangan dan Strategi di Era Digital", JISMA, (Online), 3 (1) (dalam <https://jisma.org/index.php/jisma/article/view/743>), diakses 7 September 2024.
- Pratama, Silvi Agusviani dan Yulida Army Nurcahya, 2022. "Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Konsumen Muslim di Magelang", Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi, (Online), 19(1), (journal.uniku.ac.id), diakses 6 September 2024.
- Rahmawati, Fifi Ayu. 2022. Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngungghahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, Skripsi tidak Diterbitkan, Tulungagung: UIN SATU.
- Rajasa, Etty Zuliawaty, et.all., "Literature Review: Analysis of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality and Competitive Pricing", Jurnal Ekonomi, (Online), 12 (01), (<https://www.researchgate.net/publication/367250056>), diakses 2 September 2024.
- Ramadhan, Muhammad. 2021. Metode Penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ridwan, Muhammad. 2022. "Purchasing Decision Analysis in Modern Retail", dalam <https://www.semanticscholar.org/paper/Purchasing-Decision-Analysis-in-Modern-Retail-Ridwan>, diakses 2 September 2024.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Pemilihan Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencana
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan. Jakarta: Alims Publishing.
- Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian", Jurnal Ekonomi Modernisasi, (Online), 3(3), (<https://www.researchgate.net/publication/307667651>), diakses 6 September 2024.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya.
- Suryadi, Bambang dan Bahrul Hayat. 2021. Religiusitas: Konsep, pengukuran, dan Implementasi di Indonesia, Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Suryani dan Hendryadi. 2015. Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana.
- Suwasono, Edi. 2020. Makanan dan Kesehatan, Jakarta: Alprin.

- Travimow, David. 2023. "The Theory of Reasoned Action", dalam, <https://www.researchgate.net/publication>, diakses 5 September 2024
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Waluyo, Edy, et.all,. 2024."Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Uji Annova dan Uji T", Jurnal Ekonomi dan Bisnis, (Online), 2(6), (j-economics.my.id), diakses 7 September 2024.
- Wulandari, Sri. 2021. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Indomie di Sidoarjo)", Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, (Online), 4(1):31-36, (<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/754>), diakses 3 September 2024.
- Yulianto, Andi dkk. 2023. Generasi Z Marketing Menggali Potensi Dan Memahami Karakterink Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital Klaten: Lakeisha.