

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.layout>
- Akmal, R., Musa, A., & Ibrahim, A. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 1–21. <https://doi.org/10.22373/jose.v1i1.630>
- Alaydrus, H. S. M. (2009). *Agar Hidup Selalu Berkah: Meraih Ketentraman Hati dengan Hidup Penuh Berkah* (Y. S. Hidayat (ed.); 1st ed.). Mizan Media Utama.
- Amir, A., Junaidi, H., & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya* (1st ed.). IPB Press.
- Anafarhanah, S. (2019). Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis Dan Dakwah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 18(1), 81–90. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v18i1.2999>
- Ancok, D. D., & Suroso, F. N. (1994). *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi* (M. S. Ardani (ed.); 2nd ed.). Pustaka Belajar.
- Anindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 389–412. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1228>
- Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Baca, B. (2021). Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(01), 1–12. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i01.41>
- Baha, F., Nur, D., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Pelatihan Profesional Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Di Lembaga Keunagan Syariah. *E-JRA*, 10(02), 40–57.
- Bandura, A. (1995). *Self-Efficacy in Changing Societies* (Al. Bandura (ed.)). United States of America by Cambridge University Press.
- Barnard, M. (1996). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Sosial Mongkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, dan Gender* (I. S. Ibrahim (ed.)). Jalasutra.
- BPS. (2021). *Jumlah Pemeluk Agama (Jiwa), 2018-2020*. <https://Semarangkota.Bps.Go.Id/Indicator/155/41/1/Jumlah-Pemeluk-Agama.Html>.
- Budiati, A. C. (2011). Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*, 1(1), 60–70. <http://jurnalfisip.uinsby.ac.id/index.php/JSI/article/view/9>
- Cholidiyah, N., & Mulyawisdawati, R. A. (2018). Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx Nurul. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 68–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v5i2.6995>
- Cuervo, A. (2005). Individual and Environmental Determinants of

- Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 293–311.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBY & ADESY. (2016). *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Dispendukcapil. (2020). *Jumlah Penduduk Kota Semarang*. [Http://Www.Dispendukcapil.Semarangkota.Go.Id/Statistik/Jumlah-Penduduk-Kota-Semarang/2020-12-16](http://www.Dispendukcapil.Semarangkota.Go.Id/Statistik/Jumlah-Penduduk-Kota-Semarang/2020-12-16).
- Dow, S. C. (2016). Axioms and Babylonian thought : a reply. *Journal of Post Keynesian Economics*, 27(3), 385–391. <https://doi.org/http://about.jstor.org/terms>
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah* (Riefmanto (ed.); 1st ed.). Kencana.
- Fitriani, A. (2016). Peran Religiusitas dalam Meningkatkan Psychological Well-being. *Al-Adyan Jurnal Studi Lintas Agama*, 11(1), 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/ajsla.v11i1.1437>
- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2016). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.); III). AR-RUZZ Media.
- Hamdan, A. (2018). Artikel Lengkap Membahas Motif Ekonomi. <https://www.Alihamdan.Id/Motif-Ekonomi/>.
- Hashim, M. (2012). Islamic Perception of Business Ethics and the Impact of Secular Thoughts on Islamic Business Ethics. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(3), 98–120. https://hrmars.com/papers_submitted/8820/islamic-perception-of-business-ethics-and-the-impact-of-secular-thoughts-on-islamic-business-ethics.pdf
- Helling, L. S. (2017). Metode Ahp Untuk Menentukan Jenis Usaha Potensial Di Kawasan Wisata. *Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 68–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/eb.v16i1>
- Hendar, Mutamimaha, & Kartikab, I. (2019). Product Positional Advantage on Muslim fashion business performance in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 4(4), 115–144.
- Hendrawan, J. S., & Hani, S. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship: Kewirausahaan* (R. Widyaningrum (ed.); 5th ed.). Salemba Empat.
- Hoetoro, A. (2020). The Relationship between Love of Money, Islamic Religiosity and Life Satisfaction: a Muslim's Perspective. *Iqtishadia*, 13(1), 38. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.7333>
- Kahf, M. (1995). *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Sistem Ekonomi Islam* (D. K. Kusmarina, Widodo, & Gandung (eds.); 1st ed.). Pustaka Belajar.
- Kamma, H. (2015). Urgensi Teori Produksi dan Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam. *Journal Muamalah*, 5(1), 59–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/m.v5i1.671>
- Karim, A. A. (2015). *Ekonomi Mikro Islam* (5th ed.). Rajawali Pers.
- Kasmir. (2010). *Kewirausahaan* (5th ed.). Rajawali Pers.

- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2015). Fesyen Muslim Indonesia. [Http://Djpen.Kemendag.Go.Id/App_frontend/Admin/Docs/Publication/9871447132408.Pdf](http://Djpen.Kemendag.Go.Id/App_frontend/Admin/Docs/Publication/9871447132408.Pdf), April, 1–20.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Hayati (eds.); 13th ed.). Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2011). *Retailing Management* (P. Ducham (ed.); 8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Makkasau, K. (2012). Penggunaan Metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dalam Penentuan Prioritas Program Kesehatan (Studi Kasus Program Promosi Kesehatan). *Jurnal Teknik Industri*, 7(2), 105–112. <https://doi.org/10.12777/jati.7.2.105-112>
- Mulyono, S. (2017). *Riset Operasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Narti, Sriyadi, Rahmayani, N., & Syarif, M. (2019). Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dengan Metode AHP. *Jurnal Informatika*, 6(1), 143–150. <https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.5552>
- National Committee on Islamic Economic and Financial. (2020). Halal Lifestyle To Improve The Quality Of Human Life. *Insight (Islamic Economy Bulletin)*, 12, 4–9. [https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight Edisi 12 Fin.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight%20Edisi%2012%20Fin.pdf)
- Nuandri, V. T., & Widayat, I. W. (2014). Hubungan Antara Sikap terhadap Religiusitas dengan Sikap terhadap Kecenderungan Perilaku Seks Pranikah pada Remaja Akhir yang Sedang Berpacaran di Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 3(2), 60–69. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpkse39b4068e8full.pdf>
- Pardanawati, S. L. (2017). Perilaku Produsen Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(01), 37–49. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i01.6>
- Patrikha, F. D. (2017). Pengaruh Kelompok Referensi, Motif Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Di Sekolah Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smk Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 132. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p132-146>
- Pew Research Center Religion & Public Life. (2015). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*. 2010–2050. <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2007). *Mikro Ekonomi* (L. Henni (ed.); 6th ed.). PT Indeks.
- Poespo, W. S. (2003). *Reka Busana Muslim* (N. I. Lystiani & I. Hardiman (eds.)). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Meode Penelitian Bisnis* (1st ed.). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ramadhan, A., & Gunanto, E. Y. A. (2021). Decision on Halal Certification of Food and Beverage Products Processed by UMKM Products in Tangerang City - Study of Religiosity, Regulation, and Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 786–797. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2490>
- Saaty, T. L., & Vergas, L. G. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process Second Edition* (2nd ed.). Springer.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (I). Prenada Media (kencana).

- Shihab, M. Q. (1996). *Wawasan Al-Quran: Tafsir Maudhu'i atas Persoalan Umat*. Mizan.
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 337–380.
- Siswanto, A. (2016). *The Power of Islamic Entrepreneurship: Energi Kewirausahaan Islami* (Abdurrahman & N. L. Nusroh (eds.); 1st ed.). Amzah.
- Smith, S. L., & Fagelson, M. (2011). Development of the self-efficacy for tinnitus management questionnaire. *Journal of the American Academy of Audiology*, 22(7), 424–440. <https://doi.org/10.3766/jaaa.22.7.4>
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. University of California Press.
- State of the Global Islamic Economy Report. (2019). Memacu Revolusi Ekonomi Islam 4.0. *Salaam Gateway*. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/executive-summary+/SGIE+Bahasa+Executive+Summary.pdf>
- State of the Global Islamic Economy Report. (2020). Thriving In Uncertainty. *Salaam Gateway*, 1–209. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>
- Statista. (2021). *Fashion Indonesia: Statista Market Forecast*. <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/indonesia>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (D. A. Halim (ed.); 4th ed.). Salemba Empat.
- Takdir, & Harfika. (2019). Teori Perilaku Produsen dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Studi Perbandingan). *Journal of Institution and Sharia Finance*, 2(1), 75–91. https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance/article/viewFile/1390/1073
- Trihudyatmanto, M. (2017). Pengaruh Efikasi Diri (Self Efficacy) Dan Intensi Berwirausaha Terhadap Spirit Technopreneurship (Studi Kasus Di Sentra Pengrajin Teralis Di Desa Jlamprang Kecamatan Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4(2), 154–166. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v4i2.418>
- Tuakia, H. (2018). Aplikasi Syariat Dalam Bisnis. *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 25(1), 56. <https://doi.org/10.35606/jabm.v25i1.351>
- Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.
- Veblen, T. (2005). *The Theory of The Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Aakar Books.
- Waluyo. (2013). Pengaruh Pemahaman Agama, Motifasi Mendapatkan Profit Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul. *Inferensi*, 7(1), 75.

<https://doi.org/10.18326/infsl3.v7i1.75-98>

- Warto, & Arif, Z. (2020). Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan ,
Problematika dan Solusinya. *Al-Ulum*, 20(1), 274–294.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30603/au.v20i1.1170> Halal
- Yulia, Lady. (2015). Halal Products Industry Development Strategy Strategi
Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–162.
<https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171/118>
- Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas Bisnis Islami* (D. M.
H. Basri (ed.); 1st ed.). Gema Insani.
- Yusuf, A. A., & Hamzah, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri dan Semangat
Kewirausahaan Terhadap Minat Menjadi Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Dan
Perbankan Syari'ah (Al-Amwal)*, 8(2), 481–490.
<http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/4628>

