

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S. (2017). Motivations and benefits of halal food safety certification. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 605–624.
- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8.
- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 786–807.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647.
- Albuquerque, R. P., & Ferreira, J. J. (2021). Service quality, loyalty, and co-creation behaviour: a customer perspective. *International Journal of Innovation Science*.
- Aliman, N. K., Ariffin, Z. Z., & Hashim, S. M. (2018). Religiosity Commitment and Decision-Making Styles Among Generation Y Muslim Consumers in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(1), 546–568.
- Alma, Buchari (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra ( Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga ). 4(1), 120–136.
- Ancok, Djamaludin & Suroso, Fuad Nashori. (1995). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arwin, Hutagalung, D. S., & Berlien, V. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1), 189–198.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan’s Halal food sector. *Management Research Review*, 38(6), 640–660.

- Basuki, K. (2019). Perilaku Konsumen Ruang Lingkup dan Konsep Dasar. *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* (Vol. 53, Issue 9).
- Behboodi, M., Zeinali, F., Salmanian, M., & Shamohammadi, M. (2018). Religious Commitment and Quality of Life among a Sample of Iranian Undergraduate Students. *Journal of Depression and Anxiety Forecast*, 1, 1–3.
- Bitner, M.J., Zeithaml, V.A. & Gremler, D.D. (2010). *Technology's impact on the gaps model of service quality in Maglio, P., Kieliszewski, C. and Spohrer, J. Eds, Handbook of Service Science*. Boston.
- Choudhury, Mashudul Alarn. (1986). *Contributions to Islamic Economic Theory*. London: Mac Millan.
- Diansyah, D., & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97–109.
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477–488.
- Engel, James F. (1994). *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Drs. F.X. Budiyo, Jilid I, Edisi 6. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Farhan, A. (2019). Pelaksanaan Sertifikasi Halal Lppom Mui Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) (Studi Lppom Mui Provinsi Bengkulu). *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fields, P., Hague, D. R., Koby, G. S., Lommel, A., & Melby, A. (2014). What Is Quality? A Management Discipline and the Translation Industry Get Acquainted. *Tradumàtica: Tecnologies de La Traducció*, 12, 404.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati & Porter, Dawn C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.

- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah : Jurnal Ilmu Syariah*, 274–282.
- Habibullah, E. S. (2018). Etika Konsumsi dalam Islam. *Ad Deenar-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 90–102.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017. *Ekonomika Syariah*, 1(1), 34–47.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, M. B., & Hayati Nupus, Imanuddin Hasbi, Elvera, D. T. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Isti'adzah, I., & Mas'ud, F. (2017). *Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia*. 6, 1–14.
- Jin, B., & Kim, J.-O. (2003). International Journal of Service Industry Management: Introduction. *International Journal of Service Industry Management*, 14(2), 159.
- Juran, J., & Godfrey, A. (1998). Quality Handbook. In *Juran's Quality Handbook 5th Edition*.
- Kasnaeny, Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rohman, F. (2013). Patronage Buying Motives of Coffee shop's Consumers. *IOSR Journal of Business and Management*, 8(3), 19–22.
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jilid 1, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jilid 1, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2010). *Principles of Marketing*. 13th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jilid 1, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546.
- Kusumawati, A., Listyorini, S., Suharyono, & Yulianto, E. (2019). The impact of religiosity on fashion knowledge, consumer-perceived value and patronage intention. *Research Journal of Textile and Apparel*, 23(4), 269–290.
- Larosa, M., Lenty Halawa, E. V., Astuti, A. P., Purba, T., & Lilia, W. (2021). Pengaruh Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Projeksus. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 314.
- Legowati, D. A., & Ul Albab, F. N. (2019). Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(1), 39.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409.
- Marzuki, S. Z. S., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2012). Restaurant managers' perspectives on halal certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 47–58.
- Mas'ud, Fuad. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: UNDIP Press.
- McDaniel, S. W., & Burnett, J. J. (1990). Consumer religiosity and retail store evaluative criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 101–112.
- Mela, M. A., Marcoux, E., Baetz, M., Griffin, R., Angelski, C., & Deqiang, G. (2008). The effect of religiosity and spirituality on psychological well-being among forensic psychiatric patients in Canada. *Mental Health, Religion and Culture*, 11(5), 517–532.

- Nasiroh, N., & Widodo, U. (2017). *Effect Of Product Quality, Price And Promotion Policy On Purchase Decision (Case Study On Consumers In Matahari Department Store Tbk)*. 69–88.
- Nasirudin, M., Yulisetiari, D., & Suroso, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth Perusahaan Conato di Jember. *Relasi Jurnal Ekonomi*, 68–86.
- Nawawi, M. T. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 72.
- Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. (2010). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Kesembilan Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.
- Sada, H. J. (2017). Kebutuhan Dasar Manusia dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 213.
- Salman, F., & Siddiqui, K. (2011). An exploratory study for measuring consumers awareness and perceptions towards halal food in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(2), 639–651.
- Santoso, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*,

- 11(1), 43.
- Sari, P. S., & Salmah, N. N. A. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Baju Karate Merek Arawaza di Kota Palembang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 411.
- Satria, A. D., & Syarifuddin, S. (2021). Implementasi Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 45–51.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Dinar*, 1(2), 18.
- Sibarani, H. J., Br Pangaribuan, N. L., Ginting, A. P. P., & Simanjorang, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Competitive Advantage terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sejahtera Motor Gemilang Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 326.
- Sinambela, E., & Satriawan, B. (2009). *Pengaruh Patronage Buying Motives terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Argo Wisata dan Wana Wisata*. 9(2), 1–26.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 1–11.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Suryani, Nunuk & Agung, Leo. (2012). *Strategi Belajar Mengajar*. Yogyakarta: Ombak.
- Syafrida. (2016). *Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-hak Konsumen Muslim*. 105(3), 129–133.
- Syaputra, E. (2017). Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali dalam Ihya' Ulumuddin. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 144.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Totanan, C., Mayapada, A. G., Yamin, N. Y., Parwati, N. M. S., & Indriasari, R. (2021). The effect of patronage buying motives on small business profitability:

- Evidence from Indonesia. *Innovative Marketing*, 17(1), 109–119.
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo.
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N. W. K. (2021). Impact of Muslim decision-making style and religiosity on intention to purchasing certified halal food. *Journal of Islamic Marketing*.
- Usman, H., Tjiptoherijanto, P., Balqiah, T. E., & Agung, I. G. N. (2017). The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 158–186.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085.
- Widiyanto, Ibnu. (2008). *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: CV Dikalia.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume VI(2), Hal 83-98.
- Wirdayani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions A Means-End Value : Quality , and Model Synthesis of Evidence*. 52(3), 2–22.
- halalmui.org diakses pada 6 Oktober 2021 pukul 17.52 WIB
- bps.go.id diakses pada 7 Oktober 2021 pukul 18.05 WIB
- salaamgateway.com diakses pada 9 Oktober 2021 pukul 20.39 WIB
- worldpopulationreview.com diakses pada 11 Oktober 2021 pukul 13.00 WIB
- databoks.katadata.co.id diakses pada 11 Oktober 2021 pukul 13.12 WIB
- globalreligiousfutures.org diakses pada 12 Oktober 2021 pukul 07.24 WIB
- kemenperin.go.id diakses pada 12 Oktober 2021 pukul 09.31 WIB
- m.suarakarya.id diakses pada 15 November 2021 pukul 23.52 WIB

[zakatku.or.id](http://zakatku.or.id) diakses pada 15 November 2021 pukul 23.57 WIB

[www.krjogja.com](http://www.krjogja.com) diakses pada 16 November 2021 pukul 00.07

[republika.co.id](http://republika.co.id) diakses pada 16 Oktober 2021 pukul 00.16

