

DAFTAR PUSTAKA

- Adetama, Dewi Sartika. 2011. Analisis Permintaan Kedelai Di Indonesia Periode 1978-2008. *Tesis*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Adi, B., Salehudin, I., & Luthfi, B. A. (2014). Munich Personal RePEc Archive Marketing impact of halal labeling toward Indonesian muslim consumer ' s behavioral intention Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention. *Asean Marketing Journal*, II.
- Adinugraha, H. H. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 150-170.
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Arifiana, M. H. 2021. Analisis Pengaruh Globalisasi Media, Budaya Populer, Tarif Impor, Tingkat Pendapatan, Dan Selera Terhadap Keputusan Konsumen. *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Ayuniyyah, Q., Hafidhuddin, D., & Hambari, H. (2016). Factors affecting consumers' decision in purchasing MUI halal-certified food products. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 10(2).
- Aziz, Y. A., & Vui, C. N. (2012, March). The role of halal awareness and halal certification in influencing non-muslims' purchase intention. In *3rd International Conference on Business and Economic Research, Indonesia*.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Pati, 2018, Data Luas Lahan Jenis Budidaya di Kabupaten Pati Tahun 2018, Pati.
- Budi Istiyanto, C. Hendratmoko, Hestin Mutmainah. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil Di Surakarta. *Gema*, 27(49), 62126.
- Burhanuddin. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang (ID): UIN Maliki.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pati, 2016, Data UMKM Produsen Bandeng Presto di Desa Dukutalit Kabupaten Pati Tahun 2016, Pati.

- Faradiba, S. R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal Of Management*, Volume2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11, 2, 1-11.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20 -6/E*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>, diakses pada 01 Juni 2022.
- <https://jateng.bps.go.id/indicator/12/766/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html>, diakses pada 01 Juni 2022.
- <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>, diakses pada 18 November 2022.
- <https://www.fisikaislam.com/2017/04/hadist-shahih-bukhari-nomor-49-50-dan-%2051.html>, diakses pada 1 Juni 2022.
- HalalMUI. 2020. <http://halalmui.org/mui14/>, diakses pada 2 Juni 2022
- Iswardono. (1994). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Gunadarma.
- Japarianto, Edwin dan Stephanie Adelia. 2020. Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 14, Nomor 1, halaman 35-43.
- K., Kasmiyati. 2019. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Suracojaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Skripsi*. Makasar : Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Kementrian Agama Kabupaten Pati, 2021, Data Jumlah Penduduk Menurut Agama Yang Dianut Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Pati Tahun 2021, Pati.
- Kenedy, Posma Sariguna Jhonson. 2016. Modul Ekonomi Mikro Teori Perilaku Konsumen Dengan Pendekatan Ordinal. *Modul Ekonomi*. Jakarta : Universitas Kristen Indonesia.
- Kodu, Sarini. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013).

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. United States of America : Pearson
- Luthfi, B. A., & Salehudin, I. (2011). Marketing impact of halal labeling toward Indonesian Muslim consumer's behavioral intention based on Ajzen's Planned Behavior Theory: Policy capturing studies on five different product categories. *ASEAN Marketing Journal*, 3(1).
- Malinda. 2018. Pengaruh Harga, Selera Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Pakaian Di Pasar Puri Baru Pati, *Skripsi*. Semarang : UIN Walisongo.
- Mankiw, Gregory N. 2006. *Principles of Economics. Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Ketiga. Alih Bahasa Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Mannan, Muhammad Abdul. 1997. *Islamic Economics : Theory and Practice*. Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yata.
- Meidisa, Claudia dan Febsri Susanti. 2019. Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/bf7cr>
- Naqvi, Syed Nawab Haider. 2009. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nukeriana, Debbi. 2018. Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu. *Qiyas : Jurnal Hukum Islam dan Peradilan*, Volume 3, Nomor 2, Halaman 154 – 166,
- Paulus A, P., & Ellen G, T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 12(2), 105-120.
- Pemerintah Desa Dukutalit, 2017, Data Primer UMKM di Desa Dukutalit, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati tahun 2017, Pati.
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2021. *Mikroekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Prastiwi, S. K., & Auliya, Z. F. (2016). Apakah Halal Awareness dapat meningkatkan Repurchase Intention?. *EBBANK*, 7(2), 55-64.

- Pujiyono, Arif. 2006. Teori Konsumsi Islami, *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Volume 3, Nomor 2, halaman 196-207.
- Pujoharso, Cahyo. 2013. Aplikasi Teori Konsumsi Keynes Terhadap Pola Konsumsi Makanan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, Volume 1, Nomor 2.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Media Sains Indonesia.
- Ridaryanthi, Melly. 2014. Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, Mei 2014, pp. 87-104,
- Sandi, S. P. H., & Fauziah, E. (2018). Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang Pangan Dan Sandang Pada Perusahaan Ritel X Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1).
- Setiawati, Eka dan Rizki Syahputra. 2016. Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cv Basimbah Tani-Labuhanbatu. *Jurnal Ecobisma*, Volume 3, Nomor 2, halaman 20 – 27.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty dan Wahyono. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, Volume 5, Nomor 4, Halaman 389-399,
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Triana, Unung. 2021. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaranhalal, Bahan Makanan, Dan Citra Merekprodukterhadap Minat Beli Produk Makananhalal(Studi Kasus Mahasiswa Muslimdi Malang). *Jurnal Ilmiah : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ujianto dan Abdurachman. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 6, Nomor 14, Halaman 34 – 53,
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441-453.
- Waksito, Danang. 2015. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wibowo, A.E. 2017. Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik yang Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol.4 No.2, Juli 2017, 101-112.
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145-154

