

DAFTAR PUSTAKA

- A'Dam, S. (2012). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. <http://repository.uinjkt.ac.id>
- Aditya, T. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Akhyar, K. F., & Pramesti, D. A. (2019). Pengaruh religiusitas dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian (studi empiris pada japanese food restaurant di Magelang). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 609-619).
- Ali, H. (2014). Marketing, dan Kasus-Kasus Pilihan, cetakan pertama. Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Andini, V. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2020). Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia. Diambil 22 Mei 2022, dari <https://apjii.or.id/>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2022). *Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. Diambil 20 Maret 2022, dari <http://www.halal.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Data Sensus Penduduk Indonesia. Diambil 13 Februari 2022, dari <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- . (2022). Penduduk Kelompok Umur Kota Semarang. Diambil 2 Juni 2022, dari <https://semarangkota.bps.go.id/>
- Bappenas. (2022). Indonesia Visi 2045. Diambil 14 Februari 2022, dari https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini, P. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur *GoFood*. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1744-1758.
- Dzulfikar, M. Z., Santosa, P. B., & Gunanto, E. Y. A. (2022). Analysis of Millennial Muslims Preferences on the Crowdfunding Platform. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 24-47.
- Faizal, D. M., & Gunanto, E. Y. A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pencantuman Label Halal Pada Produk Pangan Usaha*

Mikro Kecil Menengah (Kasus Produk Pangan UMKM Kota Tangerang Selatan) (Skripsi, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek.com. (2022). Tentang Gojek Indonesia dan GoFood. Diambil 12 Juli 2022, dari <http://www.gojek.com/>
- Hardani, H., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen GoFood di Era Pandemi Covid-19 (Vol. 10, Issue 2). <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/inovator/index>
- Hidayatullah, S., R. C. Devianti., dan A. Wibowo. (2018). “Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*(2): 240-249.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Imaduddin, M. (2017). “Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017.” *Ekonomi Syariah: Journal of Economic Studies*.
- Isa, M. P. B. M., & Ismail, R. M. (2015). Understanding the level of halal awareness among muslim and non-muslim young consumers in Malaysia. In *Proceedings of Symposium on Technology Management and Logistics (STMLGoGreen)* (Vol. 8, No. 9).
- Karim, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Katadata.co.id. (2021). 10 Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar. Diambil 23 Februari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/10-provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-tahun-2021>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2022). Halal Food Indonesia. Diambil 20 Maret 2022, dari <https://kneks.go.id/satu-pusatdata/3>

- Kompas.com. (2022). Nielsen: Go-Food dan *GrabFood* Juarai Layanan Pesan Antar di Indonesia. Diambil 11 Maret 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2019/10/10/093000926/nielsen--go-food-dan-GrabFood-juarai-layanan-pesan-antar-di-indonesia?page=all>
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. A.B Susanto. 2000. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan G. Armstrong (2008). *Principle of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, D. K. (2020). Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27-50.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Marzuki, W. W., & Triyono, T. (2021). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nur, M. R. T., Fathoni, M. A., & Sari, L. P. (2021). The Impact of Awareness, Lifestyle and Halal Certification on The Buying Interests of MSME's Halal Food Products in DKI Jakarta. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 156-189.
- Palahuddin, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Food di Kota Bogor. Diambil 27 Juli 2022, dari <https://journal.ipb.ac.id/>
- Pemerintahan Kota Semarang. (2022). Semarang Smart City. Diambil 19 Oktober 2022, dari <http://smartcity.semarangkota.go.id/Dashboard>
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islam. *Dinamika Pembangunan*, 3(2), 196-207.
- Rakhmawati, A. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Sketsa Bisnis*, 5(1), 49-59.
- Religion Statistics and Information. (2022). Diambil 13 Februari 2022, dari <http://globalreligiousfutures.org/explorer/custom#/?subtopic=15&countries=I>

ndonesia&chartType=bar&data_type=percentage&year=2010&religious_affiliation=all&age_group=all&pdfMode=false&gender=all

- Rezeki, S., Anita, E., & Martaliah, N. (2022). *Pengaruh Label Halal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Ristiana, U., Mashudi, M., & Warneri, W. (2020). Pengaruh Promosi *GoFood* Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(2).
- Salamgateway.com. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report*. Diambil 13 Februari 2022, dari <https://www.salaamgateway.com/specialcoverage/>
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)* (Buku 1 Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Shaari, J.A.N dan Arifin , N.S. (2010). *Dimension of Halal Purchase Intention. A Preliminary Study*.
- Shafie, S. and N. O. (2006). *Halal Certification: An International Marketing Issues and Challenges*.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YPKN.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Model Keputusan Konsumen*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tafsir Surat Al-Baqarah, ayat 168-169. Diambil 14 Februari 2022, dari <http://www.ibnukatsironline.com/2015/04/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-168-169.html>
- Tempo.co. (2022). *GoFood* Platform Pesan Antar Makanan Paling Banyak Digunakan. Diambil 24 Mei 2022, dari <https://data.tempo.co/data/1295/GoFood-platform-pesan-antar-makanan-paling-banyak-digunakan>
- Tina Sopia, T. (2022). *Pengaruh Religiusitas Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Pelangiran Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi*

Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Tjiptono, F., dan Diana, A. (2016). Strategi Pemasaran. Diambil 27 Juli 2022, dari <https://repo.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/1585>

Tri Damayanti, S. (2020). Pengaruh Label Halal, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Obat-obatan Pada Apotek Di Kabupaten Jember (Tesis Pascasarjana IAIN Jember)

Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1).

Yunus, *et al.* (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>

