

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N.A., T.N, Abaidah, dan M.H.A. Yahya. 2013. A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang Valley. The 4th International Conference on Business and Economic Research (4th ICBER 2013) Proceeding: 1073-1087.
- Aiman, A., A.A. Handaka, dan W. Lili. 2017. Analisis preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan di Kota Tasikmalaya (studi kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec Mangkubumi). Jurnal Perikanan dan Kelautan. 8(1), 146–156.
- Ali, A., A. Ali., G. Xiaoling, M, Sherwani, dan S. Hussain. 2018. Expanding the theory of planned behaviour to predict Chinese Muslims halal meat purchase intention. British Food Journal. 120(1): 2–17.
- Amin, M.S. 2018. Perbedaan struktur otak dan perilaku belajar antara pria dan Wanita; eksplanasi dalam sudut pandang neuro sains dan filsafat. Jurnal Filsafat Indonesia. 1(1).
- Andrian, C.I.W. Putra, Jumawan, dan M.F. Nursal. 2022. Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri. Malang.
- Asy'ari, F. H. 2021. Mempersiapkan generasi milenial yang andal sebagai pemimpin bangsa. Social, Humanities, and Education Studies (SHEs): Conference Series. 5(1): 114–121.
- Aisyah, M. 2014. The Influence of Religious Behavior on Consumers' Intention to Purchase Halal-labeled Products. Business and Entrepreneurial Review. 14 (1): 15 – 32.
- Azwar, S. 2012. Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Statistik Pemuda Indonesia. Volume 21. Jakarta.
- Bashori, M. 2021. Indonesia Halal Markets Report 2021/2022. In Islamic Economy: 1–118.
- Basuki, A. 2015. Analisis Statistik Dengan SPSS. In Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Danisa Media. Yogyakarta.
- Coomans, B. 2014. Business and Taxation Guide to Indonesia. Praxity 2014 Global Alliance Ltd.
- Edwin, T., A.A. Alianta, dan J. Hellyward. 2021. Karakteristik konsumen dan perilaku konsumsi dalam pembelian produk hasil peternakan saat pandemi Covid-19. Jurnal Majalah Ilmiah Peternakan. 64–71.
- El-Bassiouny, N. 2014. The one-billion-plus marginalization: toward a scholarly understanding of Islamic consumers. Journal of Business Research. 67(2):42-49.
- Endah, N. H. 2014. Perilaku pembelian kosmetik berlabel halal oleh konsumen Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan. 22(1): 11-25.
- Fitriani, A. 2016. Peran religiusitas dalam meningkatkan *psychological well being*. Jurnal Al-Ad Yan. 9(1).
- Goma, E.I., A.T. Sandy, dan M. Zakaria. 2021. Analisis distribusi dan interpretasi data penduduk usia produktif Indonesia tahun 2020. Jurnal Georafflesia. 6(1).

- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Universitas Diponegoro. Yogyakarta.
- Haidt, J. 2024. The Anxious Generation: How to Great Rewiring of Childhood Is Causing an Epidemic of Mental Illness. Penguin Press. New York.
- Hapsari, D. R., I. Kusumaningrum, S. Aminah, dan S. D. Puspitasari. 2019. Studi kasus pengaruh logo halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian bakso sapi di Ciawi - Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*. 5(2): 196–203.
- Hariyadi, G. T. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. 1(1): 16–32.
- Huber, S., dan O. W. Huber. 2012. The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Jurnal Religions*. 3(3): 710–724.
- Kaldera, B. T., dan M. Sigit. 2023. Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk hand sanitizer merk antis melalui label halal sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(21): 1–19.
- Khoirunisa, C.N.A., dan M. Putri. 2023. Analisis pengaruh harga, pendapatan, selera konsumen, dan pendidikan terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong (studi kasus pada konsumen makanan olahan singkong di Pasar Kuliner Desa Kerjan). *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3): 3086–3094.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited. Harlow.
- Kotler, P. K. Keller, M. Brady. M. Goodman, dan T. Hansen. 2019. *Marketing Management*. Pearson Education Limited. Singapore
- Kristiane, D. 2021. Labelisasi halal dan haram. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2(1): 59–74.
- Kurniawati, E. 2019. Pengaruh kepercayaan, kebiasaan menggunakan produk terhadap kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen dalam membeli merek samsung di Toko “Y”. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*. 14(1): 201–212.
- Kurniawan. 2021. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Kusuma, R. P., R. Kurniawati. 2022. Pengaruh *halal knowledge*, religiusitas, sikap konsumen generasi Z terhadap perilaku konsumen produk kosmetik halal dalam negeri studi kuantitatif di lingkungan Kota Tangerang. *Ekonomi Bisnis*. 28(01): 91–99.
- Liana, L. 2009. Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Jurnal Dinamik*. 14(2): 90–97.
- Lisdiani, N. L. I., A. A. Annisa. 2022. Pengaruh harga, kualitas produk dan pengetahuan halal terhadap keputusan pembelian produk *chicken nugget* dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Invest Journal of Sharia and Economic Law*. 2(1): 79–91.
- Mansyuroh, F.A. 2020. Pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap pembelian skin care label halal pada musim generasi Z di Banjarmasin. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*. 10(01).

- Mentari, R. W. S., E. S. Rahayu, M. T. Sundari, 2016. Analisis perilaku konsumen susu UHT (Ultra High Temperature) di Pasar Swalayan Kota Surakarta. *Jurnal Agrista*. 4(3): 405–413.
- Mukhtar, A. dan M. M. Butt. 2011. Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*. 3(2):108-120.
- Musyaddad, A., A. Ramadhani, M. A. Pratama, Juliyanto, I. Safitri, dan N. Fitri. 2019. Produksi abon ikan lele sebagai alternatif usaha untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Pelutan. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 4(3):199–206.
- Muzakkir. 2015. Generasi muda dan tantangan abad modern serta tanggung jawab pembinaannya. *Jurnal Al-Ta'dib*. 8(2): 111–134.
- Nasution, M. E., dan H. Usman. 2007. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Niswah, F. M. 2018. Hubungan persepsi dan religiusitas terhadap keputusan pembelian kosmetik tanpa label halal. *Middle East and Islamic Studies Journal*. 5(1): 47–66.
- Nur, F. 2021. Jaminan produk halal di Indonesia terhadap konsumen musim. *Jurnal Likuid*. 1(1).
- Nurwandri, A., Yanuardin, Syahrul, dan D.M. Matondang. 2023. *Pengantar Produk Pangan Halal Bersertifikasi*. Penerbit Widina Bhakti Persada. Bandung.
- Pahlevi, A. N., A. Anisa, G. F. Wirayuda, H. Riswan, M. A. Alghifary, M. D. Pratama, Y. H. Mulyaman, R. Perdiansyah, dan S. Aniliya. 2023. *Isu-isu aktual hukum ekonomi syariah*. Penerbit Widina Bhakti Persada. Bandung.
- Pratiwi, H., M. Sukmawati, M. V. Sari, F. A. Agipta, dan E. Fitri. 2024. Analisis proses produksi penggilingan daging dalam perspektif industri halal. *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues*. 4(1):7-12.
- Prastiwi, W. D., dan H. Setiyawan. 2016. Perilaku konsumsi susu cair masyarakat di daerah perkotaan dan pedesaan (milk consumption behavior of urban and rural communities). *Jurnal Agriekonomika*. 5(1): 41.
- Prastiwi, W. D., S. I. Santoso, dan S. Marzuki. 2017. Preferensi dan persepsi konsumsi produk naget sebagai alternatif konsumsi daging ayam pada masyarakat di Kecamatan Secang Kabupaten Magelang. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*. 35(1): 65–72.
- Purnama, S., A. Sukmasari, dan R. Panjaitan. 2021. Peranan religiusitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan pengalaman bertransaksi online terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi*. 12(1):68-76.
- Purnasari, N., F. Hasyim, I. Sabarisman. 2018. Menilai tingkat religiusitas dan pengetahuan pada perilaku beli generasi muda terhadap produk pangan halal. *Jurnal Bisnis*. 6(2):57–68.
- Putra, I. A., dan A. Jumiono. 2021. Proses pengolahan susu ultra high temperature (UHT) beserta kemasan yang berpengaruh terhadap masa simpan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*. 3(1): 44–48.

- Putri, N.A. dan E.A. Firmansyah. 2021. Analisis perilaku konsumen Muslim generasi milenial terhadap kesediaan membayar produk halal. *Jurnal Syarikah*. 7(1):68-75.
- Putri, S. A., H. Hendrarini, D. W. Laily. 2023. Analisis selera konsumen terhadap atribut produk dalam keputusan pembelian minuman mixue. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. 23(3): 3347.
- Putri, S. A., dan N. D. B. Tamami. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian *frozen food* di UD Mitra Abadi Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan. *Agriscience Journal*. 2(1): 239–254.
- Putri, R. M., E. Agustina, dan A. Canrhas. 2018. Nilai-nilai religiusitas dalam novel Tasbih Cinta di Langit Moskow karya Indah El-Hafidz. *Jurnal Ilmiah Korpus*. 2 (2):190-199.
- Rafiki, A., S. E. Hidayat, M. D. T. P. Nasution. 2023. An extensive effect of religiosity on the purchasing decisions of halal products. *PSU Research Review*. Emerald Publishing Limited. Leeds.
- Rafiki, A., dan K. A. Wahab. 2014. Islamic values and principles in the organization: A review of literature. *Asian Social Science*. 10(9):1–7.
- Ratulangi, F. S., dan S.C. Rimbing. 2021. Mutu sensoris dan sifat fisik *nugget* ayam yang ditambahkan tepung ubi jalar ungu (*Ipomoea batatas* L). *Zootec Journa*. 41(1): 230-239.
- Razak, M. 2016. Perilaku Konsumen. Alauddin University Press. Makassar.
- Safitri, I., dan Sevie. 2020. Perilaku konsumen terhadap kesadaran menggunakan produk kosmetik halal. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*. 22(1): 57–72.
- Safitri, L. S. 2022. Ultra high temperature (uht) milk purchase decision based on marketing mix perceptions. *Buletin Peternakan Tropis*. 3(1): 81–88.
- Salman, F., dan K. Siddqui. 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, I., S. Mustanirroh, dan D. Pranowo. 2018. Keakraban produk dan minat beli *frozen food*: Peran pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*. 11(2): 133–144.
- Setiawan, S., dan H. A. Mauluddi. 2019. Perilaku konsumen dalam membeli produk halal di Kota Bandung. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*. 5(2): 232–246.
- Sholikhah, A. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Komunika*. 10(2): 342–362.
- Sitorus, S. ., N. A. Romli, C. Tingga, N. Sukanteri, S. Putri, A. P. Gheta, A. Wedhana, K. S. Nugraha, E. Hendrayani, P. Susanto, Y. Primasanti, dan M. Ulfah. 2020. Brand Marketing: The Art of Branding. CV Media Sains Indonesia. Bandung.
- Sobari, I. S., dan A. M. Farhah. 2023. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *frozen food* (studi kasus produk sosis belfoods pada konsumen di Gucci Frozen Food Cikarang). *JAMBIS*:

Jurnal Administrasi Bisnis. 3(4): 380–388.

Soeparno. 2015. Ilmu dan Teknologi Daging. Jilid 6. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Jilid 6. Alfabeta. Bandung.

Suryadi, B., dan B. Hayat. 2021. Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indoensia. Biblosmia Karya Indonesia. Jakarta.

Syamsu, K., dan K. Elshahida. 2018. Pembuatan keju nabati dari kedelai menggunakan bakteri asam laktat yang diisolasi dari dadih. Jurnal Teknologi Industri Pertanian. 28(2): 154–161.

Utami. 2017. Perilaku Konsumen: Analisis perilaku konsumen terhadap Keputusan pembelian. CV Pustaka Bengawan. Surakarta.

Verbeke, W., P. Rutsaert, K. Bonne, dan I. Vermeir. (2013). Credence quality coordination and consumers' willingness-to-pay for certified halal labelled meat. Meat Science Journal. 95 (4):790-797.

Wahyuni, M. 2020. Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25. Bintang Pustaka Madani. Sleman.

Wilson, J. A. J., dan J. Liu. 2010. Membentuk halal menjadi sebuah merek. Jurnal Pemasaran Islam.1(2):107-123.

Yuwana, N. P., dan H. C. Wahyuni. 2024. Analysis of Potential Risks Food Safety and Halal Standards in Food Industry (Case Study of Wafer Production Process). Procedia of Engineering and Life Science. 7: 409–421.