

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Irfan. 2020. *Rendahnya Kesadaran Masyarakat Indonesia untuk Mengkonsumsi Produk Halal*. Diakses dari <https://www.halhalal.com/> pada hari Selasa, 7 Juli 2020 pukul 16.15 WIB.
- Ahmad, N. A., T. N. T. Abaidah dan M. H. A. Yahya. 2013. A Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang. *4<sup>th</sup> International Conference on Business and Economic Research*. 1073-1087.
- Aldrin, Neil. 2015. *Design Your Life*. Jakarta: Puspa Swara.
- Anonim (Badan Pusat Statistik). 2010. *Penduduk Indonesia Hasil SP 2010*. diakses dalam <https://www.bps.go.id/> pada hari Rabu, 20 November 2019 pukul 02.10 WIB.
- Anonim (Badan Pusat Statistik). 2015. *Statistik Restoran/Rumah Makan*. Diakses dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) pada hari Jumat, 29 November 2019 pukul 05.36 WIB.
- Assael, Henry. 2003. *Consumer Behavior and Marketing Action, 6<sup>th</sup> Edition*. South-Western College Publishing. Ohio.
- Awan, Hayat M., Siddiquei, Ahmad Nabeel dan Haider, Zeeshan. 2015. Factor Affecting Halal Purchase Intention - Evidence from Pakistan's Halal Food Sector. *Management Research Review*, Vol. 38, No. 6: 640-660.
- Aziz, A. dan Chok, N. 2013. The Role of Halal Awareness, Halal Certification and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among non-Muslims in Malaysia. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, Vol. 25, No. 1: 1-23.
- Badan Ekonomi Kreatif. 2016. *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif 2016*. Diakses dari <https://www.bekraf.go.id/> pada hari Jumat, 29 November 2019 pukul 04.43 WIB.
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metode Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. 2017. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11<sup>th</sup> Edition)*. New York. McGraw-Hill Education.

- Binalay, Andrew Gustnest, Silvy L. Mandey dan Christoffel M. O. Mintardjo. 2016. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 1.
- Bohari, A.M., Cheng W. H. and Nurwaida F. 2013. An Analysis on The Competitiveness of Halal Food Industry in Malaysia: An Approach of SWOT and ICT Strategy. *Malaysian Journal of Society and Space*, Vol. 9, No. 1: 1-11.
- Briliana, Vita dan Mursito, Nurwanti. 2017. Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths' Attitude Towards Halal Cosmetic Products: A Case Study in Jakarta. *Asia Pacific Management Review*, Vol. 22: 176-184.
- Budac, Camelia dan Lia Alexandra Baltador. 2014. Brand Communication Challenges in Getting Young Customer Engagement. *Procedia of Economics and Finance*, Vol. 16: 521-525.
- Charity, May Lim. 2017. Jaminan Produk Halal di Indonesia (*Halal Products Guarantee in Indonesia*). *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 14, No. 01.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani. 2012. *Marketing Management*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Yogyakarta.
- Ebrahim, A. A. R. dan Rahman, A. S. A. 2015. Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 6, No. 1: 148-163.
- Ebster, C. dan Guist, I. 2004. The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants. *Journals of Foodservice Business Research*. Vol. 7, No. 2: 41-52.
- Elmira, Putri. 2019. *Tak Mudah Mencari Restoran Bersertifikat Halal di Indonesia*. Diakses dalam <https://www.liputan6.com/> pada hari Senin, 25 November 2019 pukul 02.07 WIB.
- Fadilah, Nor. 2013. *Jangan Makan Barang Haram*. Yogyakarta: Najah.
- Fajriana, Meita. 2020. *Cloud Kitchen, Solusi Pertumbuhan Usaha Kuliner Indonesia Saat New Normal*. Diakses dalam <https://www.fimela.com/> pada hari Minggu, 26 Juli 2020 pukul 11.17 WIB.

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fishbein, M dan I. Ajzen. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamdan, Junaidah. 2007. *Siri Mula Bisnes Restoran*. Malaysia. PTS Professional Publishing.
- Hasanah, Ummul dan Rencidiptya, Th.Avilla. 2020. Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea di Yogyakarta. *Sosiologi Reflektif*, Vol. 14, No. 2: 255-270.
- Hens, Henry. 2020. *Restoran Apa Saja yang Paling Digemari di Indonesia Tahun Ini?*. Diakses dalam <https://www.fimela.com/> pada hari Selasa, 7 Juli 2020 pukul 15.33 WIB.
- Hidayat, Asep Syarifuddin dan Siradj, Mustolih. 2015. Labelisasi Halal dan Labelisasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri. *Ahkam*, Vol. 15, No. 2: 199-210.
- Huda, Nurul dan Muchlisin. 2014. Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta. *SUHUF*, Vol. 26, No. 1; 57-66.
- Ing, Grace Phang, Adis, Azizi Abdul dan Osman, Zaiton. Korean Wave and Malaysian Young Adults: Attitude, Intention and Behaviour. *Malaysian Journal of Business and Economics*, Vol. 5, No. 1: 77-94.
- Ishaq, Adistiar Prayoga. Kesadaran Halal dalam Minat Beli Produk Kue yang Belum Bersertifikat Halal. *Prosiding Seminar Nasional Halal Awareness 2017*.
- Jang, S., Liu, Y., dan Namkung, Y. 2010. Effects of Authentic Atmospheric in Ethnic Restaurants: Investigating Chinese Restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 23, No. 5: 662-680.

- Khoiron. 2019. *Bagaimana Proses Penerbitan Sertifikat Halal? Ini Penjelasan Kepala BPJPH*. Diakses dalam <https://kemenag.go.id/> pada hari Kamis, 14 November 2019 pukul 09.18 WIB.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2018. *Principles of Marketing, 17<sup>th</sup> Edition*. United States. Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management 15<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education. England.
- Kumar, Ranjit. 2018. *Research Methodology: A Step-by-step Guide for Beginners*. SAGE. United Kingdom.
- Kurnia, Abi Jam'an. 2019. *Bagaimana Pengaturan Labelisasi Halal Bagi Produk Pangan*. Diakses dalam <https://www.hukumonline.com/> pada hari Kamis, 14 November 2019 pukul 08.52 WIB.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi*. Jakarta: Prenada Media.
- Lee, Nancy R. dan Philip Kotler. 2019. *Social Marketing, 6<sup>th</sup> Edition*. Sage Publication. United States.
- Lada, Sudin, Geoffrey Harvey Tanakijal and Hainudin Amin. 2009. Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2, No. 1: 66-76.
- Lind, Douglas A., Marchal, William G. dan Wathen, Samuel A. 2007. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global, Edisi 13 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- LPPOM MUI. 2020. *Prosedur Sertifikasi Halal MUI*. Diakses dalam <https://www.halalmui.org/> pada 9 Juni 2020 pukul 09.45 WIB.
- Marinkovic, V., Senic, V. dan Mimovic, P. 2015. Factors Affecting Choice and Image of Ethnic Restaurants in Serbia. *British Food Journal*, Vol. 117: 1903-1920.
- Maryati, T., Syarief, R. dan Hasbullah, R. 2016. Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal. (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, Vol. 4, No. 3: 364-371.
- Matondang, Zulkifli. 2009. Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularsa*, Vol. 6, No. 1: 87-97.

- Misbahuddin, Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mathew, V. N., Amir Abdullah, A. M. R., dan Mohamad Ismail, S. N. 2014. Acceptance on Halal Food Among Non-Muslim Consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 121: 262-271.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Munoz, C. L. dan Wood, N. T. 2009. A Recipe for Success: Understanding Regional Perceptions of Authenticity in Themed Restaurant. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 3, No. 3: 269-280.
- Nurcahyo, Agung dan Herry Hudrasyah. 2017. The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung. *Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 1: 21-31.
- Nusyirwan, Halimah. 2018. *Perkembangan Korean Wave di Indonesia*. Diakses dari <https://kinibisa.com/> pada hari Jumat, 29 November 2019 pukul 04.34 WIB.
- Omar, K. M., Mat, N. K. N., Imhemed, G. A. dan Ali, F. M. A. 2012. The Direct Effects of Halal Product Actual Purchase Antecedents Among the International Muslim Consumers. *American Journal of Economics*, Special Issue: 87-92
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyastama, Romie. 2020. *The Book of SPSS: Pengolahan dan Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit START UP.
- Putri, Karina Amaliantami Putri, Amirudin dan Purnomo, Mulyo Hadi. Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA*, Vol. 14, No 1: 125-135.
- Qraved. 2016. 10 *Makanan Paling Dicari di 2016*. Diakses dari <https://qraved.com/> pada hari Selasa, 7 Juli 2020 pukul 15.30 WIB.
- Rahim, Nazahah Abd. dan Junos, Sutisna. 2012. The Halal Product Acceptance Model For The Religious Society. *Business and Management Quarterly Review*, Vol. 3, No. 1: 17-25.

- Refiana, Laila. 2002. Analisis Behavioral Intention: Kasus Pelaksanaan Hak Cipta Software. *Jurnal Manajemen Indonesia*, No. 1: 19-27.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 3, No.1: 1-22.
- Santoso, Singgih. 2006. *Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sari, Dewi Indah. 2018. Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-undang. *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, Vol. 7, No. 1: 1-14.
- Sari, Dewi Kurnia dan Sudardjat, Ilyda. 2013. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 4: 49-56.
- Sarwono, Jonathan dan Budiono, Herlina. 2012. *Statistik Terapan Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi Menggunakan SPSS, AMOS dan Excel*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2018. *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. 2010. *Consumer Behavior (10<sup>th</sup> Edition)*. Pearson. United States.
- Sekaran, U dan Bougie R. 2016. *Research Methods for Business, Seventh Edition*. West Sussex: John Wiley and Sons.
- Shaari, J. A. N. dan Arifin, N. S. 2010. Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*. Vol. 6, No. 4: 444-456.
- Silla Resto. 2020. *Silla Korean + Japanese Restaurant*. Diakses dalam <https://www.silla-resto.com/> pada 9 Juni 2020 pukul 08.56 WIB.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen, Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simanjuntak, B.A. 2016. *Tradisi, Agama dan Akseptasi Modernisasi pada Masyarakat Pedesaan Jawa*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Solomon, M. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being (11<sup>th</sup> Edition)*. Pearson. United States.
- Stavkova, J, L. Stejskal dan Z. Toufarova. 2008. Factors Influencing Consumer Behavior. *Journal of Agricultural Economy*, Vol. 54, No. 6
- Sugiyono, Sutopo. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Syam, Nina Winangsih. 2012. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Thabrani, Abdul Mukti. 2013. Esensi Ta'abud dalam Konsumsi Pangan (Telaah Kontemplatif atas Makna Halal-Thayyib). *Jurnal Al-Ihkam*, Vol. 8, No. 1: 55-68.
- Utami, Novia Widya. 2020. *Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengambil Keputusan*. Diakses dalam <https://www.jurnal.id/> pada Kamis, 23 Januari 2020 pukul 14.32 WIB.
- Verbeke, W. 2005. Motivation Factors of Consumers' Food Choice. *Food and Nutrition Science*, Vol. 7, No. 3: 45-57.
- Widyakusumastuti, Maria Anggia. 2014. *Pengelolaan Keaslian Rasa dan Budaya Pada Restoran Etnik Khas Jawa: Analisis Atmospheric*

Restoran Etnik Khas Jawa di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. *Jurnal HUMANIORA*, Vol. 5, No. 2: 977-988.

Wijaya, Toni. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wood, N. T. dan Munoz, C. L. 2006. 'No Rules, just right' or Is It? The Role of Themed Restaurants as Cultural Ambassadors. *Tourism and Hospitality Research*. Vol. 7, No. 3-4: 242-255.

Yunus M., Rashid W., Ariffin M., dan Rasyid M. 2014. Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. 145 – 154.

Yuswohady. 2014. *Marketing to the Middle Class Muslim*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.