

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A, (2013). A Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang. In 4th International Conference on Business and Economic Research (pp. 1073-1087)
- Akhmad, S., and L. Rosita. 2012. "Islamic Bioethics: The Art of Decision Making." Indonesian Journal of Legal and Forensic Sciences 2(1):282221
- Al-Baghawiy, Al-Husain bin Masúd. Ma'alim al-Tanzil,. Jilid. 1. Riyad: Dar al-Taybah, 1409
- Aliman, N.K. dan Othman, M.N. (2007) Purchasing Local and Foreign Brands: What Product Attributes Matter? Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia, pp 400-41
- Al-Qurtubi, Ahmad Muhammad bin. Al-Jāmi' Li Ahkām Al-Qur'an. Bairut-Libnan: Muassasah alRisalah, 2006
- Amelia Kisti, S. (2020). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek, dan harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Islamic Village)*. <http://jurnal.stesislamicvillage.ac.id/index.php/JURNAL>
- Anggraini, I., & Dewanti, D. S. (2020). The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.18196/jerss.040116>
- Aziz, Y. A., & Vui, C. N. (2012). *The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims Purchase Intention*.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. (J. Wiley & Sons, Eds.; 8th ed.).
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2),

379. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1192>

Chen, M. F. (2011). Consumer's trust-in-food-safety typology in Taiwan: Food-related lifestyle matters. *Department of Business Management, Tatung University*, 13(6), 503–526. <https://doi.org/10.1080/13698575.2011.615825>

Diyah, I. A., & Wijaya, T. (2017). Determinant Faktors of Purchase Intention on Grenn Product. In *Jurnal of Applied Management (JAM)* (Vol. 15, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.18202/jam23026332.15.1.07>

Djamal, S. M. (2017). Penerapan Nilai-nilai Ajaran Islam dalam Kehidupan Masyarakat. In *Bulukumba Jurnal Adabiyah* (Vol. 17).

Fadlullah, A. K., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. (2021). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Food Ingredients, Advertising and Purchase Interest on Decision to Buy “Samyang Noodles” (Study on Universities Students in Malang City). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(2).

Farhan, A. (2018). *Pelaksanaan Sertifikasi Halal LPPOM MUI terhadap Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi LPPOM MUI Provinsi Bengkulu)* MANHAJ: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (Vol. 69). <http://ditjenspk.kemendag.go.id>

Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Food. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>

Givan, B., & Winarno, S. H. (2019). Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee). *Jurnal Ecodemica*, 3(1). www.gaya.tempo.com

Hair, J. F., Black, B. B., & Rolph, A. (2019). *Multivariate Data Analysis, 8th Edition* (8th ed.). Cengage, U.K.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Hasanah, A. I., Fauziah, R., & Kurniawan, R. R. (2021). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an Auliya Izzah Hasanah. *Journal: Ilmu Ushuluddin Darul Quran Mulia, Bogor, x*.
- Ilman, S. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal MUI Pada Produk J.CO DONUTS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM) (Vol. 2, Issue 1).
- Imam Ghozali. 2021. Partial Least Squares. Konsep teknik dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPLS 4.0 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasnelly, S., & Jalil, A. (2019). Pengaruh Serifikasi Halal terhadap Mintas Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1). www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. Thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kountur, R. (2007). Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Edisi Revisi. Jakarta: PPM
- Lada, S., Tanakinjal, G., & Amin, H. (2009). Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Lestari, P. I., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 12–22.
- M. Quraish Shihab, Wawasan al-Qur'an (Bandung: Mizan, 2000), h. 148-150.

- Mahmud Yunus, Kamus Arab-Indonesia, Yayasan Penyelenggara Penterjemah dan Penafsir al-Qur'an
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2010). An applied orientation. *Marketing Research*, 2
- Mandasari, Y. (2019). Sanksi Pidana Terhadap Kandungan Non Halal Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal Yang Dilakukan Korporasi. *Journal Soumatera Law Review*, 2(2), 258. <https://doi.org/http://doi.org/10.22216/soumlaw.v2i2.4339>
- Marini, H., Dolorosa, E., & Kurniati, D. (2020). *Gaya Hidup (life style) dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Kota Pontianak*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak*
- Marzuki, W. W. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal dan Bahan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ekonomi Dan Business*.
- Marzuki, W. W. (2021). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal dan Bahan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang*.
- Mowen, John. C., Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Terj. D. K. Yahya. Jakarta: Erlangga
- Muizzuddin, & Kisti, S. A. (2021). *Pengaruh Sertifikasi halal, Citra Merek dan harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi IslamicVillage)*. <http://jurnal.stesislamicvillage.ac.id/index.php/JURNAL>
- Muslichah, M., Abdullah, R., & Abdul Razak, L. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0102>
- Nukha, Z. U., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. In *JOURNAL JIAGABI* (Vol. 10, Issue 1).

- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (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. In *JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT* (Vol. 6, Issue 1).
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Prastijo, Ristiyanto, 2005. Prilaku konsumen. Yogyakarta: Andi. Keenam. Penerbit: BPFE – Yogyakarta
- Peter, J.P dan J Olson. 2000. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.
- Rafidah, Habibah, A., & Aliyusna, W. (2022). Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu KAKE Jambi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2).
- Rifai, M. S., Wildan, N., Prianka, W. G., Salsabila, L. F., & Nabilah, S. S. (2022). Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Sari, A. A. (2019). *Perbedaan Healtyh Aging Sebelum dan Sesudah Penggunaan Herbalife pada Penderita Obesitas*. Jurnal IQTISHA Dequity (Vol. 1, Issue 2).
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). *The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products* Journal of Islamic Economic Finance and Banking (Vol. 3, Issue 1). www.republika.go.id
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). *The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products* Journal Economics, Business and Finance (Vol. 3, Issue 1). www.republika.go.id
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Alfabeta.

- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(1). <http://journal.stimykp.ac.id/index.php/cb>
- Sulastri, & Puspasari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 104-112`.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran. Ghalia Indonesia. Bandung.
- Syaifullah, M., & Iriani, S. S. (2013). Sri Setyo Iriani;Pengaruh Gaya Hidup Sehat. In *Jurnal Ilmu Manajemen / (Vol. 1)*. www.sayangijantungmu.com
- Usvela, E., Qomariyah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5.
- Zahra, G. F., Dwi, I., & Harmawan, M. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Harga dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene di Kebumen*. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Zakaria, Z., Majid, A., Ahmad, Z., Jusoh, & Zakaria, N. Z. (2017). Influence of Halal certification on Customers' Purchase Intention. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(5S), 772. <https://doi.org/10.4314/jfas.v9i5s.55>