

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, K. F., & Pramesti, D. A. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Japanese Food Restaurant Di Magelang). *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 13(2).
- Asniyati, & Yaya, R. (2020). Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 1–14.
- Astuti, T. P., Ratmono, & Septiana, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Best Fried Chicken (BFC) Restara Batanghari melalui Rekomendasi Kelompok sebagai Variabel Moderating. *Journal of Managiere and Business*, 1(2), 70.
- detikfood.com. (2022). *Restoran sushi halal bersertifikat MUI*. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6028825/4-restoran-sushi-halal-bersertifikat-mui-ini-cocok-buat-buka-puasa>
- Dewantara, A. F. (2023). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian di MCDonald's Gresik Kota Baru. *Jurnal Sharia Economics, Business, and Halal Studies*, 1(2), 117–127.
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. (2023). The effect of e-WOM, halal awareness, influencer marketing and lifestyle to the purchase decision of imported packaged food products. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 5(1), 16–33.
- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(2), 147–160.
- Fadillah, H. N., Ridlwan, A. A., Suryaningsih, S. A., & Indrarini, R. (2023). Muslim Millennial's Buying Behavior of Halal Food & Beverage in Indonesia: The

- Mediating Effect of Purchase Intention. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1), 11–28.
<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v7i1.11146>
- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Andreson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. Pearson.
- halalmui. (2023). *Tentang Produk Halal*. <https://halalmui.org/tentang-produk-halal/>
- Halalmui.org. (n.d.). *Peraturan tentang Produk Halal*. <https://halalmui.org/kaleidoskop-sertifikasi-halal-indonesia/>
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 05(2), 196–203.
- Juniwati. (2020). Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 141–156.
- Kemendagri. (2024). *Agrerat Penduduk Berdasarkan Agama*. <https://e-database.kemendagri.go.id/kemendagri/dataset/1203/tabel-data>

- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–491.
- Kompas.com. (2023). *Yogyakarta*. Yogyakarta Sebagai Kota Pelajar Dan Kota Wisata Kebudayaan. <https://www.kompas.com/stori/read/2023/09/01/180000479/mengapa-yogyakarta-disebut-sebagai-kota-pelajar->
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Priciples of Marketing*. Pearson Education.
- Kumparan.com. (2023). *5 Rekomendasi Sushi di Jogja yang Lezat dan Autentik*. <https://kumparan.com/seputar-yogyakarta/5-rekomendasi-sushi-di-jogja-yang-lezat-dan-autentik-21pZczeKkMD>
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546.
- Marzuki, W. W., & Triyono. (2021). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi halal, dan Bahan Produk Terhadap Keputusan. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 17.2(1), 51–66.
- Matondang, Z., Hamni, F. N., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–10.
- Millatina, A. N., & Sayyaf, R. T. F. (2023). Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2610.
- Ratih, I. S., Jatnika, M. D., Sinatrya, A. K., & Syamsiyah, N. (2022). Muslim-Consumers Behaviour in Willingness to Buy Halal Food in Japan. *Uhlul Albab: Jurnal Studi Dan Penelitian Hukum Islam*, 5(1), 1.

<https://doi.org/10.30659/jua.v5i1.16345>

- Rustandi, N., & Marlina, H. (2022). Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Universitas Suryakencana Cianjur. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 149.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukma, M. R. D., & Cahyono, B. (2021). Peran Pengetahuan Produk Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2).
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas konsep, pengukuran, dan implementasi di Indonesia*. Bibliosmia Karya Indonesia.
- Taqiyuddin, M. (2022). *Apakah makanan sushi go halal?*
<https://www.halalan.id/halal/sushi-go-halal/>
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 85.
- Wiyono, G. (2020). *Merencanakan Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8*. UPP STIM YKPN.
- Yoshihiro, Y., Kuo, H. M., & Shieh, C. J. (2019). The impact of seniors' health food product knowledge on the perceived value and purchase intention. *Journal Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 64(July).
- 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. *Jurnal Social and Behavioral Sciences*, 130.