

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*, 1073–1087.
- Alamsyah, D. P. (2018). Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan Melalui Dukungan Lokasi Konsumen. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(1), 17–24.
- Amalia, A. P., Nurjanah, S. A., Purbandani, U., Intan, D., & Saputra, S. (2020). Pemanfaatan Instagram untuk Media Pemasaran Produk Ulvisa Shop di Masa Pandemi COVID – 19. *Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat (JUDIMAS)*, 1(2), 140–152.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.
- Andriyani. (2019). Kajian Literatur pada Makanan dalam Perspektif Islam dan Kesehatan. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 15(2), 178.
- Anggadita, A. C. (2018). Tinjauan Hukum Sosiologi Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Saren. *Az-Zarqa’*, 10(1), 115–137.
- Arianita, W. F. (2020). Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian di Kabupaten Boyolali dalam Meminimalisir Praktik Jual Beli *Dideh*. (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Asrori, A. (2015). Batas Usia Perkawinan Menurut Fukaha dan Penerapannya Dalam Undang-Undang Perkawinan di Dunia Islam. *Al-’Adalah*, 12(4), 807–826.
- Aswani, R., Ilavarasan, P. V., Kar, A. K., & Vijayan, S. (2018). Adoption of public WiFi using UTAUT2: An exploration in an emerging economy. *Procedia computer science*, 132, 297-306.
- Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsuraya*, 6(1), 57–66.
- Aydin, H., & Aydin, C. (2022). Investigating Consumers’ Food Waste Behaviors: An Extended Theory of Planned Behavior of Turkey Sample. *Cleaner Waste Systems*, 100036.
- Bonne, Karijn et Wim Verbeke. (2006). Muslim Consumer’s Motivations Towards Meat Consumption in Belgium: Qualitative Exploratory Insights from Means-End Chain Analysis.
- Buang, H., & Hamidon, F. (2016). Halal, Haram dan Syubhah dalam Makanan dari Perspektif Syariah dan Undang-undang. *Al-Basirah*, 6(1), 49–61.
- Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products

- Guarantee In Indonesia). *Legislasi Indonesia*, 14(1), 99–108.
- Chaudry, M. M., & Riaz, M. N. (2014). Safety of Food and Beverages: Halal Food Requirements. *Encyclopedia of Food Safet*, 3, 486-491.
- Chinomona, R., & Sandada, M. (2013). Customer Satisfaction Trust and Loyalty as Predictors of Customer Intention to Re-Purchase South African Reailing Industry. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14), 437-446.
- Creswell, J.W. (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset, Memilih di antara Lima Pendekatan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Darmalaksana, W. (2020). *Cara menulis proposal penelitian*. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Ekaningrum, A. Y., Sukandar, D., & Martianto, D. (2017). Keterkaitan Densitas Gizi, Harga Pangan, Dan Status Gizi Pada Anak Sekolah Dasar Negeri Pekayon 16 Pagi. *Jurnal Gizi Pangan*, 12(2), 139–146.
- Eriyanti, H., & Kusmadeni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket DI Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 1–14.
- Ferdian, R., Afriwan, H., & Syafwan. (2020). Perancangan bukuilustrasi bahaya makan-makanan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(1), 82–99.
- Firmansyah, I., Akbar, M. A., & Afrianto, T. (2018). Pengembangan Game Edukasi Pengenalan Makanan Sehat Menggunakan Kinect. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIHK)*, 2(10), 3817–3826.
- Gumilar, J., Azzahra, A. B., Satria, M., Hamdani, N., Farahdewi, R. Y., Kamilah, Z. Y., & Alifa, N. K. (2021). Pengembangan Wirausaha Makanan Sehat di Masa Pandemi COvid-19 Melalui Produk Olahan Daging. *Journal of Community Services*, 2(2), 11–15.
- Hamdan, A., Sarea, A., Khamis, R., & Anasweh, M. (2020). A Causality Analysis of The Link Between Higher Education and Economic Development: Empirical Evidence. *Heliyon*, 6(6), e04046.
- Handaruwati, I. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 03(01), 41–52.
- Herdiansyah, H. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2), 199–210.
- Iknesya, R. F., & Arjuna, W. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 134–140.

- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat. *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam*, 4(2), 357–376.
- Irawan DWP. (2016). Pangan Sehat, Aman, Bergizi, Berimbang, Beragam dan Halal. Ponorogo: Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES).
- Izzuddin, A. (2018). the Effect of Halal Labels, Halal Awareness and Food Materials on Interest To Buy Culinary Foods. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Jamaliah, M.D., Gurmit, K. B., & Rashidah, A.R. 2013. Purchase intention of environment-friendly automobile. *Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 8(5): 400 – 410.
- Jannah, N., Antara, M., & Effendy. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Impor Di Kota Palu. *J. Agroland*, 25(2), 121–129.
- Jatmikowati, T. E., Nuraini, K., Winarti, D. R., & Adwitiya, A. B. (2019). Peran Guru dan Orang Tua dalam Pembiasaan Makan Makanan Sehat Pada Anak. *Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Juniarto, G., & Hasanah, H. (2020). Studi tentang Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMax Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 9(2), 162–177.
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium : Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Karim, M. A. (Ed.). (2013). Perilaku komunitas Muslim perkotaan dalam mengonsumsi produk halal. Kementerian Agama RI, Badan Litbang dan Diklat, Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- Karnowati, N. B., & Handayani, E. (2020). Emotional Branding Pembelian Sepeda Lipat Di Era Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 1–13.
- Khattak JZK, Mir A, Anwar Z, Abbas G, Khattak HZK, Ismatullah H. (2011). Concept of halal food and biotechnology. *J. Food Sci Technol*, 3: 385–389.
- Krisnahadi, T. (2020). Implikasi Covid Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Kuliner Disekitar Obyek Wisata Pantai Pandanan Lombok Utara. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 6(2).
- Majid, I. K. (2019). Persepsi masyarakat Tulungagung tentang hukum mengonsumsi *Dideh* dalam perspektif Hukum Islam (Studi di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung).
- Manuarang, R, N., & Mawardi, M, K. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Pengunjung Toko Buku UB Press, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(3).

- Masrikhiyah, R. (2020). Peningkatan Pengetahuan Ibu Mengenai Gizi Seimbang Dalam Pemenuhan Gizi Keluarga. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 476–481
- Megayanti, P., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2018). Pengaruh Harga dan Selera Terhadap Keputusan Membeli Di Online Shop Siswa Sma Negeri Di Kota. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 563–572.
- Mistriana, E. (2010). Pandangan Masyarakat Terhadap Jual Beli Dide Di Pasar Krian Sidoarjo: studi analisis hukum islam (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).
- Munasib, & Sa'dudin, I. (2019). Makanan Higienis dan Bergizi dalam Perspektif Agama Islam. *Tawadhu*, 3(1), 708–717.
- Mustafa, W. F., Djamal, C. E., & Rezki, Y. (2017). Optimalisasi Menu Makan Diet Sehat Menggunakan Algoritma Genetika. *Seminar Nasional Informatika Dan Aplikasinya (SNIA)*, 1(September), 50–54.
- Ogden, J. (2011). *The psychology of eating: From healthy to disordered behavior*. John Wiley & Sons.
- Oktaviansyah, R. D., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung TOebruK Tegal Besar Jember. *Baswara: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(3), 197–206.
- Olivia, & Widjaja, W. (2014). Peran Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Barang Tiruan Bermerek. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 14(3), 1–19.
- Patimah, L. (2018). Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dedeh Sebagai Pakan Ternak Lele (Studi Kasus Di Desa Tanjung Sari Kecamatan Natar Lampung Selatan). (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Prabowo, S., & Rahman, A. A. (2016). Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolahan Hasil Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), 57.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
- Purwaningrum, S. (2015). Elaborasi Ayat-Ayat Sains dalam Al-Quran: Langkah Menuju Integrasi Agama dan Sains dalam Pendidikan. *Inovatif*, 1(1), 124–141.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2008). *Ekonomi Islam*.
- Putra, D. E., Astuti, E. S., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat, dan Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus pada Pengguna Situs Olx.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(2), 1–8.
- Rafika, I., Badar, A., & Usmaidar. (2022). Peran Lembaga Pendidikan Non

- Formal Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Dan Menulis Al-Qur'an Bagi Anak Putus Sekolah Di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang. *Cybernetics: Journal Educational Research and Sosial Studies*, 3(2), 142–149.
- Rifatul Masrikhiyah. (2020). Peningkatan Pengetahuan Ibu Mengenai Gizi Seimbang Dalam Pemenuhan Gizi Keluarga. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 476–481.
- Salem, M. Z. (2018). Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain. *Management Decision*.
- Sanjaya, P. (2020). Pentingnya Motivasi Intrinsik Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Hindu. *Haridracarya : Jurnal Pendidikan Agama Hindu*, 1(2), 1–9.
- Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban Produk dan Minat Beli : Product Familiarity and Purchase Intention of Frozen Food : The Role of Product Knowledge , Packaging , and Social Environment. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 133–144.
- Sari, N. I., & Suparti, H. (2021). Implementasi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 22 Tahun Tentang Penerbitan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan. *JAPB*, 4(2), 1532-1544.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65.
- Simanjuntak, D. (2021). Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Harapan Sukses Desa Sei Rakyat. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 410–418.
- Sonang, S., Purba, A. T., & Pardede, F. O. I. (2019). Pengelompokan Jumlah Penduduk Berdasarkan Kategori Usia Dengan Metode K-Means. *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 2(2), 166.
- Stanton, W. J. (2012). Prinsip Pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto. Jakarta : Erlangga.
- Suarjana, I. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 1920–1949.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitf, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Suleman, D. (2018). Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja di Sebuah E-Commerce. In *Jurnal JDM: Vol. 1* (Issue 01, pp. 1–9).
- Sumarji, & Kurniawati, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Produk Pangan Halal Di Kabupaten Nganjuk. *Magister Agribisnis*, 18(1), 49–52.
- Sunyoto, D. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CAPS.
- Suryana, A. (2014). Toward Sustainable Indonesian Food Security 2025: Challenges and Its Responses. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 32(2), 123–135.
- Sutrisno, R. (2013). Perilaku Konsumen Muslim: Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk terhadap Loyalitas Produk Makanan dan Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Bandung. *Sigma-Mu*, 5(2), 18–36.
- Syukriya, A. J., & Faridah, H. D. (2019). Kajian Ilmiah dan Teknologi Sebab Larangan Suatu Makanan dalam Syariat Islam. *Journal of Halal Product and Research*, 2(1), 44–51.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pub. L. No. 18 (2012).
- Waheed, A., Mahasan, S.S., & Ahmad, M. (2013). Factor that Affects Consumer Buyinh Behavior: An Analysis of Some Selected Factors. *Journal of Scientific Research*, 19(5), 636–641.
- Waskito, D. (2015). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta). Yogyakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wawan, A., & Dewi, M. (2010). Teori dan Pengukuran, Sikap, dan Perilaku Manusia. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Wibisono, D. (2013). Riset Bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Yusanto, Y. (2019). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication*, 1(1), 1–13.
- Zehroh, S. A., Rakhmawati, N. A., Putri, A. P., Sidum LK, A., Bagus Farhan, M., & Dewi, S. (2020). Analisa Pengaruh Ulasan Pembeli dan Harga Jual Smartphone Terhadap Tingginya Penjualan Smartphone Secara Online. Studi Kasus Smartphone Oppo F9 4Gb Di Toko Online Tokopedia. *Journal of Information Engineering and Educational Technology*, 4(1), 10–14.