

DAFTAR PUSTAKA

- A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 44–456.
- Adilatuzzahrah, A., Nazaruddin, A., & Rosa, A. (2019). Pengaruh Identitas Merek Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Merek Samyang Rasa Hot Chicken Ramen (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).
- Aditya, T. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera) (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 149-165.
- Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Thesis Dan Disertasi Ilmy Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Akhyar, K. F., & Pramesti, D. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Japanese Food Restaurant Di Magelang). In *Ummagelang Conference Series* (Pp. 609-619).
- Ali, M. (2016). Konsep makanan halal dalam tinjauan syariah dan tanggung jawab produk atas produsen industri halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291-306.
- Allport. (1961). *The Nature of Religious Experience*. *The Macmillan Company*.

- 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.
- Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Aset*, 13(1), 37-45.
- Armiani, A., Basuki, B., & Nurrahmadani, S. (2021, March). Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi Umkm Nonmuslim Dalam Meningkatkan Penjualan. In *Prosiding Seminar STIAMI* (Vol. 8, No. 1, Pp. 22-27).
- Assauri, Safjan. "Manajemen Bisnis Pemasaran", (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), hal.122.
- Aulia, A. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Cahya, R. T., Diana, N., & Alrasyid, H. (2022). Analisis Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korinus Tok-Poki (Studi Pada Mahasiswa Muslim Pecinta Drama Korea). *El-Aswaq: Islamic Economics And Finance Journal*, 3(1).
- Dan, L. P. P. O. O., & INDONESIA, M. U. (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM–MUI*. Jakarta: LPPOM-MUI.
- Dull. (1988). *Religious Commitment: A Review and Theoretical Synthesis*. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Faradina, N. F., & Muslichah, I. (2022). Antecedent Minat Muslim Untuk Membeli Makanan Korea Halal: Studi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 310-324.
- Frieda, K. (2022). Eksistensi Korean Street Food Ramah Muslim Dalam Meningkatkan Kesejahteraan UMKM Di Kecamatan Kedungwuni

- Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 20-28.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. In Penelitian.
- Harminingtyas, R., & Noviana, R. (2021). Pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal di Semarang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 8(2), 103-112.
- Hidayah, N. *Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Secara Online Dan Offline* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Jaya, A. R., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Khairuddin, K., & Zaki, M. (2021). Progres Sertifikasi Halal Di Indonesia Studi Pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Dan Lembaga Pengkajian, Obat-Obatan Dan Kosmetika (LPPOM) MUI Pusat. *Asas: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 13(1), 101-121.
- Kurniawan, I. W., Mansyur, A., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Cokelat Cadbury Pada Mahasiswa Kampus Institut Stiami Jakarta. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 92-97.

- Larasati, D. (2018). Globalization On Culture And Identity: Pengaruh Dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi Di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109-120.
- Misna, M., Rais, R., & Utami, I. T. (2018). Analisis Regresi Logistik Biner Untuk Mengklasifikasi Penderita Hipertensi Berdasarkan Kebiasaan Merokok Di RSUD Mokopido Toli-Toli. *Natural Science: Journal Of Science And Technology*, 7(3).
- Nadhifah, N., Eka, S., & Tusita, A. (2019). Halal Korean Food And Glocalization.
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122-134.
- Nugraha, R., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan olahan halal pada konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 8(3), 250-260.
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin Of Management And Business*, 3(1), 294- 304.
- 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.
- Pratiwi, A. E., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022, October). Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris

- Masyarakat Kota Madiun). In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (Vol. 4).
- Putri, C. R. (2021). Pengaruh Halal Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso (Studi Pada Mahasiswa Muslim Penggemar Drama Korea).
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia. *Protvf*, 3(1), 68-80.
- Rahayu, S., Kholil, A., & Azhar, A. (2021). Minat Membeli Konsumen Muslim Dilihat Dari Faktor Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Produk. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 2(2), 151-158.
- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna OVO. *Ecopreneur*. 12, 3(1).
- Sandy, R. K. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berkarir di perbankan syariah (Studi empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Setyowati, R., Khairul, I., & SHI, M. (2019). Pengaruh Kesadaran Halal, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Produk Dunkin'donuts Di Kota Solo. Skripsi Intitut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Shaari, J. A., & Arifin, N. S. M. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention:
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Sinuhaji, E. (2019). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja SDM Outsourcing Pada PT. Catur Karya Sentosa Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).

- Sugiyono. 2011. Statistika Untuk Penelitian. Edisi-Revisi. Cetakan 12. Bandung.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Sujarweni, V, Wiratna. 2012. SPSS Untuk Paramedis. Yogyakarta: Gava Media.
- Susanti, F. (2018). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada. Co. Id (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen “STIE KBP” Padang).
- Ustanti, M., Inayah, N., & Yahya, U. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Membeli Pada Produk Makanan Di Toko “Rizquna” Blokagung Karangdoro Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(1), 121-139.
- Wijaya, S. L. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli (Doctoral Dissertation, STIE Ekuitas).

