

DAFTAR PUSTAKA

- Asriyana, Paramata, A. M., & Wijaya, A. (2025). Tujuan dan Prinsip Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 517–523. <https://doi.org/10.37479/jimb.v8i1.33058>
- Auliya, A., & Mona, N. (2020). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3), 189–200. <https://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1345>
- Azizah, N., & Chaimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643. <https://repository.bsi.ac.id/repo/files/438874/download/884.-Jurnal-Uji-Validitas-dan-Reliabilit-6637-6643.pdf>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Makanan dan Minuman (Food and Beverage Service Activities Statistics 2023) Volume 7, 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Cahyati, A. N., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Label Halal dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Korean Food pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 85–96. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/31060>
- Diyah, N. E., Riyanti, A., & Karim, M. (2022). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Kuliner Umkm Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2863–2874. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.461>
- Ernawati, S., & Koerniawan, I. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran*

- Halal Terhadap Minat Pembelian Pada Produk UMKM Di Kota Bima.* 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>
- Fadillah, N., Kholil, A., & Zuhirsyan, M. (2022). *Aghniya : Jurnal Ekonomi Islam Pengaruh Kesadaran Halal , Kualitas Pelayanan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Padan Martabak Buffet Ahmad Salim Medan.* 4(2), 222–235. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2>
- Firmansyah, H. (2023). *Menilik Transformasi Majalengka, Dari “Kota Pensiun” ke Destinasi Pariwisata Berkembang.* Times Indonesia. <https://majalengka.times.co.id/news/berita/c7atbgxd1j/Menilik-Transformasi-Majalengka-Dari-Kota-Pensiun-ke-Destinasi-Pariwisata-Berkembang>
- Habibah, A. (2020). Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 6(1), 59–84. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/view/3511>
- Hafizah, N. N., Nur, M., & Syahbudin, F. (2025). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen Dan Teppan. *Journal of Islamic Economics, Banking, and Social Finance*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.61111/jiebsf.v1i1.793>
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Humaida, A., Fasicha, I. D., Alghifari, M. R., & Lestari, P. S. (2024). Potensi Industri Halal di Indonesia sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 11–24. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v6i1.20782>

- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Ihsan, R. F., Istiyah, A. S., Arifin, A., & Laki, N. S. (2024). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2023. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 27–41. <https://doi.org/10.14710/djieb.23674>
- Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Riono, S. bambang. (2024). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *CITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02), 17–28. <https://doi.org/10.63922/citakarya.v2i02.235>
- Iqram, A. (2022). *Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Uin Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Jabar, S. (2025). *Sky Walk Raharja Majalengka, Destinasi Wisata yang Menyenangkan untuk Bersantai*. Kumparan. <https://kumparan.com/seputar-jabar/sky-walk-raharja-majalengka-destinasi-wisata-yang-menyenangkan-untuk-bersantai-24vTPwIq9NE>
- Juliana, J., Wafa Rizaldi, M., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022). Halal Awareness : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169–180. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1423>
- Juniwati. (2019). Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan. *Universitas Tanjungpura*, 141–156. <https://share.google/HDzMzQ7C5zQh32GFy>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.

- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/957>
- Majid, R. A., & Selvi, E. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora Premium Care Grand Galaxy. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(19), 336–345. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 7–14. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>
- Milah, J., Rahayu, F. A., Deswita, R., & Fatimah, W. S. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business*, 1(1), 64–73. <https://doi.org/10.37058/ams.v1i1.11747>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Pelaku Konsumen*. Nasya Expanding Management.
- Nurhanifah, L., Hakim, L., & Syahbudin, F. (2024). Pengaruh Halal Awareness , Islamic Branding , Perceived Quality dan Harga Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Wardah. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1–16.
- Permana, C., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(6), 18. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/319/311>
- Prayer, T. (2026). *Global Muslim population*. Times Prayer.

- Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2(1), 23–38. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.102>
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135–145. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Ratih, S. P. K., Kardini, N. L., & Supraptha, I. N. G. (2022). Analysis of Dividend Policy, Profitability and Corporate Social Responsibility on Company Value in Registered Food and Beverage Companies On the Indonesia Stock Exchange 2018-2020 Period. *Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora*, 1(1), 215–232. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/article/view/1973>
- Republik Indonesia. (2014). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2014. 1.*
- Rizki, F., & Hapsari, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Di Java Bakery Adiwerna. *AL-KARIM: Journal of Islamic and Educational Research*, 1(1), 39–51. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/alkarim/article/view/7>
- Ruliyana, Sunatar, B., & Karfin. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Agen Ms Glow Di Kabupaten Sorong. *AT-THARIQAH: Jurnal Ekonomi*, 2(2), 157–169. <https://e-jurnal.iainsorong.ac.id/index.php/At-Thariqah/article/view/751>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari, A. P., Hasanah, S., & Nursalman, M. (2024). Uji Normalitas dan Homogenitas dalam Analisis Statistik. *Pendidikan Tambusai*, 8(2012), 51329–51337. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/24059>
- Sari, M., & Asmendri. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research).

- NATURAL SCIENCE; Jurnal Penelitian IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41–53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarja, J. (2021). *Skywalk Rahrarja, Bikin Betah Nongkrong di Majalengka*. Times Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/wisata/323859/skywalk-rahharja-bikin-betah-nongkrong-di-majalengka>
- Usman, & Suhardi. (2021). Halal Dan Tayyib Dalam Qs Al-Nahl/16:114 (Tinjauan Ekonomi Dan Kesehatan). *Al-Wajid: Jurnal Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, 1(2), 2–8. <https://doi.org/10.30863/alwajid.v1i2.1259>
- Waluya, A. H. (2023). Halal Menurut Al-Qardāwī dan Al- Sha'rāwī Serta Implementasinya dalam Perekonomian Islam. *Brilliant: Journal of Islamic Economiscs and Finance*, 1(2), 142–157. <https://journal.yibri.id/index.php/brijief/article/view/20>
- Widana, I. W. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.
- Widiantari, K. S., & Antara, P. S. (2025). *Revitalisasi Kuliner Lokal: Social Proof Effect Terhadap Minat Beli Kuliner Tradisional Bali Oleh Generasi Z*. 5(1), 1875–1886.
- Yanti, L., Anwari, M. K., Islam, F. A., & Pontianak, U. M. (2024). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Pada Muslim Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Kota Pontianak. *Al Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(2), 661–667. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ALMULTAZIM/article/view/21822>
- Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah terhadap Konsumsi. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 23–33.
- Zaman, B., & Faraby, M. E. (2023). Analisis Kesadaran Halal Pada Pelaku Usaha

Mikro Kecil Di Sekitar Kampus Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 882–892.
<https://doi.org/10.30651/justeko.v7i2.20470>

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

