

DAFTAR PUSTAKA

- *8 Pondok Pesantren Terbesar Di Jepara Jawa Tengah - Kuwaluhan.com*. (n.d.). Retrieved July 26, 2021, from <https://www.kuwaluhan.com/2019/11/8-pondok-pesantren-terbesar-di-jepara.html>
- Anshori, Muslich., Iswati, S. (2009). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1. In *Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP)* (1st ed.).
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ltq0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR8&dq=metodologi+penelitian+kuantitatif&ots=gLkMrjAP8r&sig=B9OPPXw-sl1zxvAD3zTqm2-MaiA&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi penelitian kuantitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ltq0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR8&dq=metodologi+penelitian+kuantitatif&ots=gLkMrjAP8r&sig=B9OPPXw-sl1zxvAD3zTqm2-MaiA&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi%20penelitian%20kuantitatif&f=false)
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Awan. (2015). Management Research Review For Authors. *Management Research Review*, 38(2).
<https://doi.org/10.1108/MRR-08-2013-0185>
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–

23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>

- *Badan Pusat Statistik*. (n.d.). Retrieved June 30, 2021, from <https://jeparakab.bps.go.id/statictable/2020/07/06/713/jumlah-pondok-pesantren-menurut-kecamatan-kabupaten-jepara-tahun-2019-.html>
- Bashir, A. M. (2019a). Awareness of purchasing halal food among non-Muslim consumers: An explorative study with reference to Cape Town of South Africa. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1295–1311. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0077>
- Bashir, A. M. (2019b). 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>
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367–386. <https://doi.org/10.1108/0070700710746786>
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kedua). Kharisma Putra Utama.
- Chong, S. C., Yeow, C. C., Low, C. W., Mah, P. Y., & Tung, D. T. (2021). Non-Muslim Malaysians' purchase intention towards halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 2015.

<https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0326>

- Dewa, N. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli. In *International Marketing Review* (Vol. 28, Issue 5).
- Elvira, R. (2015). Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Jurnal Islamika*, 15, 47–60.
- Endang, R. (2020). *PENGARUH KESADARAN HALAL, ISLAMIC BRANDING DAN PRODUCT INGREDIENTS TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK DAN TOILETERS (Studi*
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/12469>
- Faturrohman, I. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Administrasi Niaga*, 10(1), 882–893.
- Fauzia, diah retno sufi, Pangestu, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 37–46.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D. (2020). *PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, DAN BAHAN MAKANAN*

TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN (Studi
 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)
 Skripsi. In *Orphanet Journal of Rare Diseases* (Vol. 21, Issue
 1). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin.

- Gerungan, K., Karina, P., Perhotelan, P. M., Bisnis, F., & Kristen, U. (2019). *Minat Beli Pelanggan Di Restoran Surabaya*. 171–182.
- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 311–319.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17842>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2003). Basic Econometrics. In *McGraw-Hill Companies* (four editi).
- Hanum, F., & Adityawarman, A. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Roti Halal pada Mahasiswa Muslim. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 67–82.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.7046>

- Haryanti, N. (2015). *Teori Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvensional*. 5(December), 118–138.
- Hati, S. R. H., Zulianti, I., Achyar, A., & Safira, A. (2021). Perceptions of nutritional value, sensory appeal, and price influencing customer intention to purchase frozen beef: Evidence from Indonesia. *Meat Science*, 172(September 2020), 108306. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2020.108306>
- Herwinda. (2020). *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL, DAN MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Irwanto, A., Rohman, F., & Noermijti. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word-of-mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(1), 85–94.
- Izzudin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPT_EKS/article/view/1886/1547
- Karim, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islami* (Kelima). PT Raja

Grafindo Persada.

- Khan, M. M., Asad, H., & Mehboob, I. (2017). Investigating the consumer behavior for halal endorsed products: Case of an emerging Muslim market. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 625–641. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2015-0068>
- Kisti, M. A. (2020). *Pengaruh sertifikasi halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman teh botol sosro*. 10(2), 137–151.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2019). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Kusumastuti, D. K. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27–50. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>
- Lailla, N., & Tarmizi, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. *Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177.
- LPPOM MUI | Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. (n.d.-a). Retrieved May 25, 2021, from

<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>

- LPPOM MUI | Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. (n.d.-b). Retrieved May 26, 2021, from <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui>
- Malik, R. F., Hermawan, A., & Asnawi, Y. H. (2019). the Effect of Halal Awareness, Halal Certification and Halal Marketing Toward Halal Purchase Intention of Fast Food Among Muslim Millenials Generation. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 90(6), 76–83. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-06.11>
- *Mana Logo Halal yang Resmi?* | *Republika Online*. (n.d.). Retrieved May 26, 2021, from <https://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/15/03/13/nl524k9-mana-logo-halal-yang-resmi>
- Mankiw, . Gregory. (2003). *Pengantar Ekonomi*. Erlangga.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (pertama). BPFE.
- Mutmainah, L. (2018). The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Ihtifaz: Journal of Islamic*

Economics, Finance, and Banking, 1(1), 33.

<https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>

- Pindyck, R. S. dan D. L. R. (2012). *MIKROEKONOMI* (N. I. Sallama (Ed.); Kedelapan). Erlangga.
- *Populasi Muslim Berdasarkan Negara 2021*. (n.d.). Retrieved May 31, 2021, from <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Pramintasari, T., & 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.
- Prawoto, N. (2015). Teori Permintaan dan Penawaran. *Pengantar Ekonomi Mikro Dan Makro*, 8, 39–45.
- *Produk halal: Indonesia cuma tukang stempel, bukan produsen*. (n.d.). Retrieved May 26, 2021, from <https://lokadata.id/artikel/indonesia-baru-tukang-stempel-produk-halal-bukan-produsen>
- Putri, M. J., & Rimadiaz, S. (2020). Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Indonesia (Telaah Pada Mie Ramen Jepang Halal). *Proseding Seminar ...*, 1–12.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/26>

14

- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rawung, D. R., Oroh, S., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1298–1308.
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>
- Sarnowo, H. (2011). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. CAPS.
- Sarwono, J., & Salim, H. N. (2017). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Penerbit Gava Media.
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(April).

- Segati, A. (2014). *Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan ahda segati.*
- 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. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (Ed.); 6th ed.). ALFABETA,cv.
- *Surah Al-Baqarah - 168-178 | Quran.com.* (n.d.). Retrieved May 31, 2021, from <https://quran.com/2/168-178?translations=20>
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, and D. A. (2008). *Pemasaran Strategik.* Andi Offset.
- Usman, O. and N. S. D. (2020). *THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND WORD OF MOUTH ON BUYING INTEREST.*
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>

- Wahyudin., Pradistii, L., Wulandari., & Zulaikha, S. (2018).
Dimensi religiusitas dan pengaruhnya terhadap organizational citizenship behaviour. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(03), 1–28.
- WINDISUKMA, D. K., & WIDIYANTO, I. (2015).
PENGARUH KESADARAN HALAL TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG.
- Yasid, Farhan, F., & Andriansyah, Y. (2016). Factors affecting Muslim students awareness of halal products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 27–31.
- *You searched for ponpes jepara - Pondok Pesantren Indonesia.*
(n.d.). Retrieved June 25, 2021, from
<https://pondok.nu/?s=ponpes+jepara>
-
- lokadata.id 26 Mei 2021 pukul 10.00 WIB
- pondok.nu diakses 25 juni 2021 pukul 21.49 WIB
- jeparakab.bps.go.id diakses pada 30 Juni 2021 pukul 20.16 WIB
- halalmui.org diakses pada 25 Mei pukul 19.47 WIB
- worldpopulationreview.com diakses pada 22 Mei pukul 22.05 WIB