

DAFTAR PUSTAKA

- Ahman, E., & Rohmana, Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Al Arif, M. R. (2010). Perilaku Konsumen Muslim dalam Memaksimalkan Kepuasan. *Jurnal Sosio-Religia Linksas*, 9.
- Alim, S., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*(<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/issue/view/126>).
- 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. doi:<https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2020). *Profil Industri Mikro dan Kecil Tahun 2020*. Retrieved Oktober 21, 2022, from Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2019). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Semarang*. Retrieved Oktober 22, 2022, from Badan Pusat Statistik.
- Faradiba, & Astuti, S. T. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus pada warung makan bebek gendut Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- Ferdinand. (2006). *Metode Metode Penelitian Menejemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap Dan Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, R. D., 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*, 196-203.
- Hatta, A., Tamam, A. M., & Alim, A. S. (2013). *Bimbingan Islam Untuk Hidup Muslim Petunjuk Praktis Menjadi Muslim Seutuhnya dari Lahir Sampai Mati Berdasarkan Al-Qur'an Dan Sunnah*. Yogyakarta: Maghfirah Pustaka.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Building Marketing Strategy 11th Edition : Consumer Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Hussain, I. R., Zaheer, A., & Saleem, S. (2016). Integrating factors influencing consumers halal product purchase : applicatin of theory reasonde behavior. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 35-38.
- Iswardono. (1994). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Gunadarma.
- Izzudin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 100-114.
- Karim, A. (2002). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: IIIT-Indonesia.
- Khoerunnisa, T., Sunaryo, & Puspaningrum, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Merk Dan Keputusan Pembelian Makanan Halal Pada Penduduk Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21, Nomor 1*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Malinda. (2018). Pengaruh Harga, Selera dan Religiusitas terhadap Pembelian Pakaian di Pasar Puri Baru Pati. *Skripsi*.
- Mannan, M. A. (1997). *Ekonomi Islam : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Muhamad, R. D., & Cahyono, E. F. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, Kualitas dan Atribut produk Islam Terhadap purchase intention di kedai kopi Bycoffee Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan*. doi:<https://doi.org/10.20473/vol6iss201912pp2485-2497>
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Muryoko, S., & Panjaitan, V. M. (2013). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Taman Rekreasi Wonderia Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Retrieved Oktober 12, 2022

- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan. *Jurnal Nasional dan Manajemen Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*, 50-57.
- Nurfajrina, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang di Jakarta. Retrieved Oktober 3, 2022
- Nurhasanah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, VIII. doi:<https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Paulus, A. P., & Ellen, G. T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai Sawit di Kota Manado. *Jurnal Agri-Sosioekonomi*. Retrieved September 23, 2022
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islam. *Dinamika Pembangunan*, 196-207.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi Ketiga*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali. *Prosiding Manajemen*, 47-49.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Shaari, J. A., Shahira, N., & Arifin, M. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention : A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 444-456.
- Sholihat, A., & Romyeni. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *Volume5*, 1-15.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumiati, Y. (n.d.). Pengaruh Harga-harga Barang Substitusi, Pendapatan dan Kualitas terhadap Permintaan Smartphone Merek Nokia (Studi pada Counter-counter handphone pada Mal di Kota Bandung). Retrieved from <https://repository.upi.edu>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi.
- Walalayo, N., Yao, R. A., & Orisu, L. M. (2022). Pengaruh Lokasi, Pendapatan Konsumen, Harga Rumah dan Selera terhadap Keputusan Pembelian

Rumah Bersubsidi di Kabupaten Manokwari. *Journal of Fiscal dan Regional Economy Studies*, 52-58.

Zakaria, Z., Majid, M. A., Ahmad, Z., Jusoh, Z., & Zakaria, N. Z. (2017). Influence of halal certification on customers' purchase intention. *Journal Fundamentals Applications Sciences*, 772-787.