

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., Ab Rahman, S. (2015). Konsumen dan Produk Kosmetik Halal: Pengetahuan, Religiusitas, Sikap, dan Niat. *Jurnal Pemasaran Islam* 6 (1), 148–163.
- Afendi, Na, Azizan, Fl, Darami, Ai. (2014). Determinants of Halal Purchase Intention: Case in Perlis. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 4 (5), 118-123.
- Agistya, N. E., dan Khajar, I. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli Makanan Halal Rocket Chicken di Kesesi (Study pada Masyarakat Pekalongan). *Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 7, 345–364.
- Ambarawa, S. M. (2024). Analisa Pengaruh Pelabelan Halal pada Obat Generik terhadap Minat Beli Konsumen di Apotek Sari Medika Ambarawa. *Journal of Research in Pharmacy*, 4 (1), 77–85.
- Arrosyid, A., dan Priyojadmiko, E. (2022). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan Religiusitas dan Niat Sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 15–37.
- Arsy Lucyano Vergian, dan Purbo Jadmiko. (2024). Religiusitas, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal dan *Product Ingredient* dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Muslim. *Istithmar*, 7(2), 115–130.
- Aslan Hakiye. (2023). The Influence of Halal Awareness, Halal Certificate, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Attitude and Trust On Purchase Intention of Culinary Products Among Muslim Customers In Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*.
- Astuti, Y., dan Asih, D. (2021). Country of Origin, Religiosity and Halal Awareness: A Case Study of Purchase Intention of Korean Food. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 0413–0421.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., dan Haider, Z. (2015). Factors Affecting Halal Purchase Intention – Evidence from Pakistan’s Halal Food Sector. *Management Research Review*, 38(6), 640–660.
- Azreen, Nurul, Muhamad, Muhammad, Alia. (2023). The Influence of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence and Accounting Literacy on Attitude of Purchasing Halal Product Towards Intention to Purchase Among Generation Alpha. *Journal of Nusantara Studies* 8 (2), 73-94.

- Azwar, S. (2021). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., dan Windiana, L. (2020). The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Berry, L. L. (1995). Relationship Marketing of Service : Growing Interest, Emerging Perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 246–251.
- Cupian, C., Meilasari, K., dan Noven, S. A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 135–142.
- Databoks. (2023). *Permintaan produk halal dunia tahun 2020 dan proyeksi 2025*.
- Databoks. (2025). *Update jumlah pemeluk agama di Indonesia Semester I 2025*.
- Dzulfikri, A., dan Kusworo, B. (2017). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *KMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 5(2).
- Desmayonda, Ananda. Arlin Ferlina. (2019). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variable Intervening di Mujigae Resto Bandung. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 12 No. 1.
- Djunaidi, et al. (2021). Persepsi dan Perilaku Konusmen terhadap Produk Halal Keputusan Pembelian di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 22 No. 2, 171-184.
- Elly Lestari, Mesak Yandri Masela, Ignasius Narew, dan Nifan, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Pribadi dan Kecerdasan Spiritual terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 856–866.
- Esa, I., Masud, F., dan Yusuf Agung Gunanto, E. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Orichick di Kota Semarang. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(02), 283-298.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., dan Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Mawar Balimbing. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 53–60.

- Firdaus, A., Wispandono, M., dan Buyung, H. (2019). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Kantor Kecamatan Kabupaten Bangkalan). *Eco-Entrepreneur*, 5(1), 17–32.
- Fitria, S., dan Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1).
- Fitriyani, I. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2020). Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah*, 13(1), 131–150.
- Hair, J. F., C. W., Black, B. J., Babin, R. E., Anderson., dan Ronald L, T. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hafiz, K. (2023). *Digitalisasi proses sertifikasi halal melalui SIHALAL oleh BPJPH*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah, 8(1), 77–88.
- Harianto, S., Qia, E. N., dan Dani, T. F. (2020). Determinasi Perilaku Muzzaki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2018), 48–57.
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., dan Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 196–203.
- Hasyim, et. al. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Pajak Melati. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 2(3).

- Hikmah, J. W., dan Fahrullah, A. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 1(1), 140–157.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2021). *Update Sertifikasi Halal di Indonesia: Ekspektasi dan Kenyataan*. <https://kemenag.go.id/read/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-8njgk>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Strategi penguatan ekosistem halal di lembaga pendidikan Islam*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia: Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar*. <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>.
- Khaliq, R., Fatimah, S., dan Melati, M. (2019). Tingkat Kecerdasan Spiritual Mahasiswa Ditinjau dari Keaktifan dalam Ekstrakurikuler Keagamaan. *Jurnal Studia Insania*, 7(1), 35.
- Mahdaleni, D., Nasution, A. W., dan Harahap, A. F. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Chatime Mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan Melalui Gofood. *Prosiding Konferensi Nasional Social dan Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 361–368.
- Mannan, M. A. (1993). *Teori dan praktek ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Marta, M., dan Sa'adati, N. (2022). Keputusan pembelian Halal Food: Peran pengetahuan produk, Labelisasi halal, dan Religiusitas. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(2), 101–111.
- Miftahus Surur. (2021). Teori Produksi Imam Al Ghazali dan Ibnu Khaldun Perspektif Maqashid Al Syari'ah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*. Vol 04 No. 01.
- Mohd Hashim, A. J., Jamil, N. N., Nazri, M. A., Majid, M., dan W Ab Rahman, N. A. F. (2023). The Influence of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence and Accounting Literacy on Attitude of Purchasing Halal Product Towards Intention to Purchase Among Generation Alpha. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 8(2), 73–94.
- Moza Salsabilla. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Youth and Islamic Economic Journal*. Vol 04 No. 02.

- Nisa, F., Wahyudi, M., dan Arsyad, M. (2024). *Kerja sama internasional BPJPH dalam sertifikasi halal: Perspektif masalah mursalah*. *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 15(2), 210–225.
- Nuridin, A., dan Rahman, M. (2022). *Sertifikasi halal dalam perspektif ekonomi politik dan maqāsid syariah: Studi implementasi BPJPH di DIY*. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 257–274.
- Nurrachmi, I., dan Setiawan, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 126–137.
- Nurul, Rosmimah, Carol., 2017. Decomposing The Teory Of Planned Behaviour and Incorporating Spiritual Intelligence to Further Understand Purchase Intention of Life Insurance and Takaful. *International Journal of Economic Research* 14 (16), 241-251.
- Oktaviani, S. A., dan Fatah, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan dan Altruisme terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Lembaga Zakat dengan Transparansi sebagai Variabel Moderating (Studi pada Muzakki DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 9(2).
- Panji, A. A. P. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165.
- Pratiwi, D. P., dan Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(1), 1–13.
- Putri, Seprianti Eka. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Volume 14. No.2, Oktober 2019: 159-177
- Rafiki, A., Hidayat, S. E., dan Nasution, M. D. T. P. (2023). An Extensive Effect of Religiosity on the Purchasing Decisions of Halal Products. *PSU Research Review*, 8(3), 898–919.
- Ragatirta, L. P., dan Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Raharti, R., Laras, T., dan Oktavianti, O. (2021). Model Ketimpangan Pembangunan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 257–270.

- Rahmawati, A. (2022). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening di UTD PMI Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3 (1), Tahun 2022, halaman 58–72.
- Rangkuti, A. D. A., Marpaung, M., dan Lubis, I. S. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Street Boba Medan pada Masa Pandemi. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 408–416.
- Rektiansyah, R. R., dan Ilmiawan Auwalin. (2022). Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Sumenep Melalui Sikap. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(5), 600–616.
- Saputra, A. A., dan Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMJ). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521.
- Saputra, D. C., dan Yusril, Y. (2024). Daya Tarik Parfum Halal bagi Generasi Z: Mengkaji Efek Mediasi Sikap terhadap Minat Membeli. *Al-Tijary*, 9(2), 111–131.
- Sari, V. P., dan Baihaqi. (2024). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kecurangan Akuntansi (Survei pada Karyawan Perusahaan Asuransi di Kota Bengkulu). *Edunomika*, 8(1), 1–23.
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6*. Salemba Empat.
- Setiawati, L. M., Chairy, C., dan Syahrivar, J. (2019). Factors Affecting the Intention to Buy Halal Food by the Millennial Generation: The Mediating Role of Attitude. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 14(2), 175.
- Setyaningsih, E. D., dan 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.
- Syamiya, E. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1).

- Tarigan, E. B. G. (2015). Analisis Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Manajerial pada Hotel Berbintang 3 di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi (FEKON)*, 2 (2).
- Thompson, A. A., dan Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, Concepts and Readings*. Mcgraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi.
- Waani, N. C., Mangantar, M., dan Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.
- Wahyuni, T., Yarmunida, M., dan Arisandi, D. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1376.
- Wicaksono, P. U., dan Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Axiata di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11.
- Widagdo, P., Hakim, D. B., dan Arsyianti, L. D. (2015). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Awareness Masyarakat Muslim Kota Bogor Terhadap Produk Olahan Pangan Halal*. Thesis Institut Pertanian Bogor.