

DAFTAR PUSAKA

- Ali, Muchtar. (2016). “Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal.” *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah* 16 (2): 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>.
- Anbiya, Vera Nurul, and Septiana A Estri Mahani. (2016). “Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli Mobil K (Suatu Survey Pelanggan Mobil Di Kota Bandung),” 34–39.
- Aniesa Samira Bafadhal Diah Retno Sufi, Fauzia Edriana Pangestuti. (2018). “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk Di Kota” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB* 66 (1): 37–46. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776%0Ahttp://repository.ub.ac.id/165515/>.
- Astuti, Yuni, and Daru Asih. (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): 0413–21. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0413>.
- Budiyanto, Hendri, and Arjuna Wiwaha. (2021). “Pengaruh Country of Origin Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Huawei Smartphone.” *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)* 2 (1): 1–11. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>.
- Fauzia, D. R. S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk di Kota Malang)* (Doctoral dissertation,
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hamdani, Ahmad, Nurma Sari, and Khairil Umuri. (2021). “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC).” *Al-Buhuts* 17 (2): 198–212. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i2.2305>.
- Harminingtyas, Rudika, and Ria Noviana. (2021). “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 8 (2): 103–12. <https://journal.feb-uniss.ac.id/home/article/view/88>.
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, Anis Darsiah, Sekolah Tinggi, and Pariwisata Trisakti. (2021). “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan

- Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26 (2): 204–12.
<http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>.
- Herdiana, Tri, and Doni Purnama Alamsyah. (2017). “Country of Origin Dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 1 (1): 31. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.488>.
- Ii, B A B, A Landasan Teori, and Minat Beli. (2017). “Pengaruh Label Halal..., Amalia, FEB 2020,” no. 2002: 10–27.
- Izzuddin, Ahmad. (2018). “Influence Of Halal Label, Halal Consciousness And Food Materials To Interest Buy Curinary Food Jember.” *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 287–94.
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PEKED/article/view/1297/1054>.
- Izzuddin, Ahmad. (2018). “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner.” *Jurnal Penelitian Ipteks* 3 (2): 100–114.
- Juniwati. (2019). “Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan.” *Universitas Tanjungpura*, 141–56. www.halalmui.org.
- Maghfiroh, N., & Djawoto, D. (2018). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7 (6).
- Makmur., Eko Purnomo, Yulfita' Aini. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)." *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, vol. 4, tidak. 1, 2017.
- Mathematics, Applied. (2016). “Negara Asal (Country of Origin),” no. 2006: 1–23.
- Mutiah, Yuli, and Syaad Afifuddin. (2012). “Pengaruh Pencamtuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan) Yuli Mutiah Rambe Dan Syaad Afifuddin.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 1 (1): 37–45.
- Novianti, Dewi Andriani, and Riska Veronika. (2021). “Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Pada Enam Restoran Jepang Di Kota Makassar).” *Hospitality and Gastronomy Research Journal* 3 (2):

114–15.

Nurjanah, N. (2020). “Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung.” *Skripsi*, 1–21.

Pradipta, Alvidy Brilian, Departemen Administrasi Bisnis, and Universitas Diponegoro. (2021). “PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE ASUS Pendahuluan Rumusan Masalah.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis X (I)*: 915–21.

Rahmansyah I M. (2019). “Pengaruh Country Of Origin Terhadap Purchase Intention Produk Uniqlo Yang Dimediasi Oleh Variabel Perceived Quality (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Kota Malang),” 1–15.

Rohmatun, Karina Indah, and Citra Kusuma Dewi. (2017). “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap.” *Journal Ecodemica* 1 (1): 27–35. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/1420>.

Selvianti, Fanika, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Hilman Hakiem. (2020). “Pengaruh Religiusitas, Label Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3 (2): 183–97. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.515>.

Sri, Kasnelly, and Abd Jalil. (2019). “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 2 (Juni): 23.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Suryowati, Budi, and Nurhasanah. (2020). “Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal.” *Jurnal Komplexitas IX (11)*: 12–25.

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.

Widyaningrum, Premi Wahyu. (2019). “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2 (2): 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>.

Wiwaha, A., & Budiyanto, H. (2021). Pengaruh negara asal dan kualitas produk terhadap niat beli: Kasus smartphone Huawei. *Jurnal Internasional Kewirausahaan dan Bisnis Digital*, 2 (1), 1-10.

Yanthi, KP, & Jatra, IM (2015). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat beli sepeda motor honda beat di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (11), 3852-3881.

Yustiani, Sofia, and Ernawati Ernawati. (2022). “Tren Konsumsi Mie Samyang Di Kalangan Mahasiswa: Pertimbangan Labelisasi Halal Dan Promosi Produk Pada Keputusan Membeli.” *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 4 (2): 113–31. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v4i2.6666>.

Zahro, A R, and A Sampeliling. (2021). “Pengaruh Country of Origin Dan Kesadaran Halal Serta Harga Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Manajemen* 13 (1): 63–71. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9055%0Ahttps://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/9055/1208>.