

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Herdiana, N. dan Sanusi, A. (2015) *Manajemen strategi konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ailah, M.W. (2019) *Pemahaman konsep halal dan halal awareness dalam perilaku konsumen muslim breadtalk di Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Alifa, A., Sufyan, D.L. dan Puspita, I.D. (2020) “Hubungan promosi dan pelayanan go-food serta perilaku konsumsi pangan obesogenik dengan status gizi lebih remaja,” *Jurnal Riset Gizi*, 8(2), hal. 95–100.
- Arieska, P.K. dan Herdiani, N. (2020) “Hubungan pengetahuan dan pola konsumsi dengan status gizi pada mahasiswa kesehatan,” *Medical Technology and Public Health Journal*, 4(2), hal. 203–211.
- Azhari, F. (2015) *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. Banjarmasin: LPKU Banjarmasin.
- Baiomy, A.E., Jones, E. dan Goode, M.M.H. (2017) “The influence of menu design, menu item descriptions and Menu variety on customer satisfaction: a case study of egypt,” *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), hal. 213–224.
- BPS (2022) *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2022*. Surabaya: BPS Jawa Timur.
- Brewer, P. dan Sebby, A.G. (2021) “The effect of online restaurant menus on consumers’ purchase intentions during the COVID-19 pandemic,” *International Journal of Hospitality Management*, 94, hal. 102777.
- Bulan, T.P.L., Fazrin, K. dan Rizal, M. (2017) “Pengaruh label halal dan bonus dalam kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk kinder joy pada masyarakat kota langsa,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), hal. 729–739.
- Bustami, M.R., Ikomatussuniah dan Latip, A.R.A. (2021) “Social constructs halalan thayyiban food law: a social scientific study into the insight of muslim and non-muslim in banten indonesia,” *Intellectual Discourse*, 29(1), hal. 53–70.
- Elseidi, R.I. (2018) “Determinants of halal purchasing intentions: evidences from UK,” *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), hal. 167–190.
- Elvira, R. (2016) “Pengaruh persepsi konsumen muslim tentang masalah terhadap keputusan konsumsi terbatas hanya pada komoditas halal (studi : mahasiswa

- fakultas syariah dan ekonomi islam tahun 2015),” *Manhaj*, 4(2), hal. 1–12.
- Fathan, M.N. (2020) *Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di Palangka Raya*. IAIN Palangka Raya.
- Fatmaningrum, S.R., Susanto, S. dan Fadhilah, M. (2020) “Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), hal. 176–188.
- Firmansyah, M.A. (2018) *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haroen, D. (2014) *Personal branding: kunci kesuksesan anda berkiprah di dunia politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, H. (2016) “A study on awareness and perception towards halal foods among muslim students in kota kinabalu, sabah,” in *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences*, hal. 803–811.
- Hasyim, F. (2022) “Adoption of extended theory of planned behavior to halal food purchasing decision admist pandemic,” *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1), hal. 84–115.
- Hermawan, A. (2020) “Consumer protection perception of halal food products in indonesia,” in *KnE Social Sciences*, hal. 235–246.
- Hou, Y., Yang, W. dan Sun, Y. (2017) “Do pictures help? The effects of pictures and food names on menu evaluations,” *International Journal of Hospitality Management*, 60, hal. 94–103.
- Hudani, A. (2020) “Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian,” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), hal. 99–107.
- Hwang, J., Lee, K. dan Lin, T.-N. (2016) “Ingredient labeling and health claims influencing consumer perceptions, purchase intentions, and willingness to pay,” *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), hal. 352–367.
- Jakaria, Y. (2015) *Mengelola data penelitian kuantitatif dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Karimi, S. (2013) *A purchase decision-making process model of online consumers and its influential factor a cross sector analysis*. The University of Manchester (United Kingdom).
- Kartono, R. dan Tjahjadi, J.K. (2021) “Factors affecting consumers’ intentions to

use online food delivery services during covid-19 outbreak in jabodetabek area,” *The Winners*, 22(1), hal. 1–14.

Kemenag RI (2022) *Keputusan kepala badan penyelenggara jaminan produk halal nomor 40 tahun 2022 tentang penetapan label halal*. Jakarta.

Kemendikbud RI (2016) *KBBI Daring*. Tersedia pada: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (Diakses: 22 Februari 2022).

Kemenkes RI (2014) *Peraturan menteri kesehatan republik indonesia nomor 41 tahun 2014 tentang pedoman gizi seimbang*. Jakarta.

Kotler, P. dan Keller, K.L. (2015) *Marketing management*. 15 ed. Essex: Pearson.

Lee, D. *et al.* (2015) “Antecedents and consequences of mobile phone usability: linking simplicity and interactivity to satisfaction, trust, and brand loyalty,” *Information & Management*, 52(3), hal. 295–304.

Lubis, L. dan Asry, W. (2021) *Pendidikan Agama dalam Perspektif Islam, Kristen, dan Budha*. 1 ed. Medan: Perdana Publishing.

Manueke, M., Tampi, G.B. dan Londa, V. (2018) “Persepsi masyarakat tentang jasa transportasi berbasis aplikasi online di kota manado (studi kasus di PT. go-jek),” *Jurnal Administrasi Publik*, 4(51), hal. 1–6.

Mavilinda, H.F., Nazaruddin, A. dan Bakar, S. (2022) “Millennial consumer behavior analysis in using online food delivery services during pandemic,” in *7th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2021)*. Atlantis Press, hal. 221–228.

Musthofa, A. dan Burhanudin (2021) “Konsumen muslim: pengetahuan produk halal dalam keputusan pembelian makanan,” *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), hal. 81–97.

Nanda, K.F. dan Ikawati, R. (2020) “Hubungan persepsi label halal MUI terhadap minat beli produk makanan pada mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta,” *Journal of Food and Culinary*, 3(1), hal. 1–9.

Nashirun (2020) “Makanan halal dan haram dalam perspektif al-qur’an,” *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*, 3(2), hal. 1–15.

Nasution, D.P., Lubis, A.I.F. dan Sembiring, R. (2019) “Identifikasi persepsi perilaku konsumen tentang produk makanan halal di kota medan,” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(2), hal. 20–26.

- Nasution, H.F. (2018) "Pengaruh kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online," *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), hal. 26–39.
- Nizar, N.N.A. dan Abidin, S.A.S.Z. (2021) "Online food delivery services: make or break the halal supply chain?," *Journal of Food and Pharmaceutical Sciences*, 9(1), hal. 384–394.
- Nurhasanah, S. dan Hariyani, H.F. (2017) "Halal purchase intention on processed food," *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 11(2), hal. 187–209.
- Nurhayati, S., Nurbayani, S. dan Dahliyana, A. (2021) "Pengaruh fitur go-food pada aplikasi go-jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital," *Sosio Religi : Jurnal Kajian Pendidikan Umum*, 19(1), hal. 25–32.
- Ozdemir, B. dan Caliskan, O. (2015) "Menu design: a review of literature," *Journal of Foodservice Business Research*, 18(3), hal. 189–206.
- Paramitha, P. dan Suryaningsih, S.A. (2021) "Analisis label halal produk makanan cepat saji dalam pengembangan wisata halal di surabaya," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(3), hal. 108–122.
- Patma, T.S. *et al.* (2021) "Impact of information quality on customer perceived value, experience quality, and customer satisfaction from using gofood application," *Journal of Indonesian Economy and Business*, 36(1), hal. 51–61.
- Petry, N.M., Zajac, K. dan Ginley, M.K. (2018) "Behavioral addictions as mental disorders: to be or not to be?," *Annual review of clinical psychology*, 14, hal. 399–423.
- Pranata, L.G.Y. (2020) *Analisis kualitas jasa elektronik atas layanan goride pada gojek indonesia cabang jember dengan menggunakan QFD*. Universitas Jember.
- Prasetyawan, A.A. dan Nurhidayah, S.M. (2020) "Analisis faktor-faktor keputusan pembelian makanan online muslim millennial," *Academica:Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(20), hal. 225–244.
- Pratiwi, A.S. (2021) "Analisis keputusan pembelian melalui aplikasi grabfood (study pada konsumen grabfood di kebumen)." Universitas Putra Bangsa.
- Putriani, Y.H. dan Shofawati, A. (2015) "Pola perilaku konsumsi islami mahasiswa

- muslim universitas airlangga,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(7), hal. 570–582.
- Reed, D.R., Mainland, J.D. dan Arayata, C.J. (2019) “Sensory nutrition: The role of taste in the reviews of commercial food products,” *Physiology & behavior*, 209, hal. 112579.
- Rofik, E.N. (2020) “Transaksi yang diharamkan dalam islam,” *Ngabari: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 13(1), hal. 40–53.
- Santoso, W.B. (2021) *Survei aplikasi antar pesan makanan yang paling banyak dipilih gen Z*. Tersedia pada: [www.tekno.sindonews.com](http://www.tekno.sindonews.com) (Diakses: 18 April 2022).
- Saputro, T.H. (2020) *Perbedaan brand image layanan transportasi online gojek dan grab pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Schiffman, L.G. dan Wisenblit, J. (2015) *Consumer behavior*. 11th ed. Boston: Pearson Education.
- Setiawan, H. (2020) “Karakteristik makanan halal dan thayyiban dalam al-qur’an,” *Halalan Thayyiban : Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*, 3(2), hal. 40–54.
- Setyalani, G.F. (2021) *Pengaruh foto makanan dan deskripsi menu pada layanan gofood terhadap persepsi pelanggan*. Universitas Jenderal Soedirman.
- Siregar, S. (2017) *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Soesilowati, E.S. (2013) “Komparasi perilaku konsumen produk halal di area mayoritas dan minoritas muslim,” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 21(2), hal. 167–178.
- Sugiyono (2016) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumanto (2014) *Psikologi umum*. Yogyakarta: Caps.
- Susanti, E., Sari, N. dan Amri, K. (2018) “Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam),” *Ekobis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2(1), hal. 44–50.
- Swahn, J. *et al.* (2012) “Sensory description labels for food affect consumer product

- choice,” *European Journal of Marketing*, 46(11/12), hal. 1628–1646.
- Syahroni, A.W. dan Slamet, S. (2020) “Rancang bangun aplikasi jasa online berbasis mobile,” *Respati*, 15(3), hal. 102–108.
- Tambunan, N. (2018) “Urgensi pemahaman makanan halal dan baik,” *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 4(1), hal. 835–843.
- Tricahyono, N.S. (2022) “Mengatasi sikap keragu-raguan dalam transaksi jual beli makanan dengan nonmuslim perspektif qawa’id fihiyyah,” *Jurnal Al-Aflah*, 1(1), hal. 12–26.
- Wansink, B. dan Love, K. (2014) “Slim by design: menu strategies for promoting high-margin, healthy foods,” *International Journal of Hospitality Management*, 42, hal. 137–143.
- Wardoyo, W. dan Andini, I. (2017) “Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas gunadarma,” *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), hal. 12–26.
- Waworundeng, J.M.S. dan Sandag, G. (2022) “Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan grab dan gojek di masa pandemi covid-19,” *CogITo Smart Journal*, 8(1), hal. 111–121.
- Wibowo, F.P. (2018) “Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada perusahaan PT. Gojek Indonesia,” *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), hal. 27–38.
- Yakub (2012) *Pengantar sistem informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zahrah, A. dan Fawaid, A. (2019) “Halal food di era revolusi industri 4.0: prospek dan tantangan,” *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), hal. 121–138.