

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2015. *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama, Jakarta.
- Afronyati, L. 2014. Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*. 18 (1): 37-52. <https://doi.org/10.22146/jkap.6870>
- Akbar, Y. A. A., & Alaudeen, M. S. S. 2012. Determinant of factors that influence consumers in choosing normal full-service restaurant: Case in Seri Iskandar, Perak. *South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics, and Law*. 1: 137–145.
- Akhtar, N., Jin, S., Alvi, T.H., & Siddiqi, U.Q. 2020. Conflicting halal attributes at halal restaurants and consumers' responses: The moderating role of religiosity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 45: 499-510.
- Amalia, F.A., Sosianika, A. & Suhartanto, D. 2020. Indonesian Millennials' Halal food purchasing: merely a habit?. *British Food Journal*. 122 (4): 1185-1198. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0748>
- Ambali, A.R. & Bakar, A.N. 2014. People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 121: 3-25.
- Ariastuti, N. G. A. A. & Antara, M. 2006. Faktor-faktor yang menentukan loyalitas pelanggan terhadap merek teh botol sosro di kota denpasar. *Socio-Economic of Agribusiness*. 6 (3).
- Atmodjo, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. 2015. Factors Affecting Halal Purchase Intention Evidence from Pakistan's Halal Food Sector. *Management Research Review*. 38 (6): 640-660.
- 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: 1-23.
- Bashir, A.M., Bayat, A., Olutuase, S.O. & Latiff, Z. A. A. 2019. Factors affecting consumers' intention towards purchasing halal food in South Africa: a

structural equation modelling. *Journal of Food Products Marketing*. 25 (1): 26-48.

BPS Banyumas. 2020. Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas 2020. <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/03/06/304/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2020.html> diakses 25 Juli 2022.

BPS Jateng. 2021. Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2019-2021. <https://jateng.bps.go.id/indicator/16/119/2/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html> diakses 25 Juli 2022.

BPS Jateng. 2021. Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2019-2021. <https://jateng.bps.go.id/indicator/16/119/1/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html> diakses 25 Juli 2022.

BPS. 2018. Statistik Penyedia Makanan dan Minuman 2018. Badan Pusat Statistik, p. 29.

BPS. 2019. Statistik Penyedia Makan Minum 2019. Badan Pusat Statistik, p. 31.

CEO. 2022. Gaji UMR Banyumas & Gaji UMK Banyumas Tahun 2022. <https://gajikaryawan.com/gaji-umr-banyumas/>. Diakses 13 Januari 2023.

Deng, Z., Lu, Y., Wei, K.K. & Zhang, J. 2009. Understanding customer satisfaction and loyalty: an empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*. 30 (4): 289-300.

Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.

Giese, J. L., & Joseph A. C. 2002. *Defining Consumer Satisfaction*. Academy of Marketing Science Review.

Gillani, S. H., Ijaz, F., & Khan, M. M. 2016. Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review*, 3 (1): 29-49.

Girindra, A. 2005. *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*. LP POM MUI: Jakarta.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. 2010. *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ. Australia.

- Halalmui. 2022. Cek Produk Halal. <https://halalmui.org/search-product/>. Diakses 18 Agustus 2022.
- Halalmui. 2022. Dokumen yang Perlu Diunggah oleh Perusahaan untuk Proses Lebih Lanjut. Sertifikasi Halal Produk Export | LPPOM MUI (halalmui.org). Diakses 18 Agustus 2022.
- Halimi, F.F., Gabarre, S., Rahi, S., Al-Gasawneh, J.A., & Ngah, A.H. 2022. Modelling Muslims' revisit intention of non-halal certified restaurants in Malaysia *Journal of Islamic Marketing*, 13 (11): 2437-2461. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0014>
- Husein, H. 2008. *Motode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Iranmanesh, M., Mirzaei, M., Hosseini, S.M.P. & Zailani, S. (2020), "Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behavior", *Journal of Islamic Marketing*. 11 No. 1, pp. 14-30, doi: 10.1108/JIMA-03-2018-0049
- Jalilvand, M.R., Salimipour, S., Elyasi, M. and Mohammadi, M. 2017. Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry. *Marketing Intelligence & Planning*, 35 (1): 81-110. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2016-0024>
- Kemendagri. (2022). Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragamaislam>. Diakses 17 agustus 2022
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2019. *Media Keuangan*. Kementerian Keuangan. 14 (140).
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 982 Tahun 2019 Tentang Layanan Sertifikasi Halal.
- Kholishudin, K. 2021. Makanan Dan Minuman Produk Barat Dalam Perspektif Hukum Islam. *Al Iqtishod*. 9 (2): 109– 126.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing (11th ed.)*. Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. PT.Indeks. Erlangga, Jakarta.

- Kurniawati, D.A. & Savitri, H. 2020. Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*. 11 (2): 522-546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. 2009. Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 2(1): 66–76.
- LPPOM MUI, (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.
- LPPOM MUI. 2019. Data Statistik Produk Halal LPPOM-MUI Indonesia 2012-2019. <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produkhalal-lppom-mui-indonesia-2012-2019>. Diakses tanggal 07 September 2022.
- LPPOM MUI. 2018. *Daftar Belanja Produk Halal*. LPPOM MUI.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Salemba Empat Jakarta.
- Maharani, N. K., & Silvia, A. 2019. Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*. 3 (1): 81-94.
- Mahmudin, U. 2014 Seberapa Bermanfaat Sertifikat Halal bagi Membuka Restoran?. <https://zahiraccounting.com/id/blog/seberapa-bermanfaat-sertifikat-halal-bagi-membuka-restoran/> diakses 11 Agustus 2022.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. 2006. *Marketing Research: An Applied Approach*. Pearson Education Limited 2006: Harlow
- Marhaeni, A.A.I.N. 2018. *Buku pegangan pengantar kependudukan, Jilid 1*. CV. Sastra Utama: Denpasar
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No. 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran.
- Petriella, Y. 2018. “Baru 59 Perusahaan Restoran yang Sudah Bersertifikat Halal MUI”, <https://m.bisnis.com/amp/read/20180906/12/835886/baru-59-perusahaan-restoran-yang-sudah-bersertifikat-halal-mui>. diakses 11 Agustus 2022
- Pryanka, A. (2018). *Ini Tantangan Dongkrak Industri Halal Di Indonesia*. Republika Online.

- Rachbini, W. 2018. The Relationship of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control on Halal Food Purchasing Behavior In Jakarta. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. 20 (2): 1-10. DOI: 10.9790/487X-2002030110.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. 2015. Consumers and Halal cosmetic products: knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*. 6 (1): 148-163.
- Reuter, T. 2019. *State of Global Islamic Economy Report 2019/2020*. New York: Thomson Reuters..
- Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Satria, B. 2020. Banyumas surga wisata kuliner di Jawa Tengah. <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/begras-satria/kuliner-khas-banyumas-paling-dicari-wisatawan-c1c2> diakses 15 Agustus 2022.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perhitungan Manual dan SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan kedua. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- _____. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sitiñjak, Tumpal, J.R., & Sugiarto. 2006. *Lisrel*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- Suliyanto. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Suryaputri, V. Rossje., & Kurniawati, Fitri. 2020. Analisis ISSI IHSG, dan Nilai Tukar Rupiah Selama Pandemi Covid19. Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), Universitas Muhammadiyah Jakarta

- Suryowati, B. & Nurhasanah. 2020. Label Halal, Kesadaran halal, Religiusitas, Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Kompleksitas*, 9(11)
- Syafrida. 2016. Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*. 7 (2): 162. DOI: <https://doi.org/10.33476/ajl.v7i2.353>.
- Tanksale, D., Neelam, N., & Venkatachalam, R. 2014. Consumer decision making styles of young adult consumers in India. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 133: 211-218.
- Triana, U. 2021. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. *Jurnal Ilmiah. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang*.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- Usman, H., Chairy, C. & Projo, N.W.K. 2022. "Impact of Muslim decision-making style and religiosity on intention to purchasing certified halal food", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 11, pp. 2268-2289. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0027>
- Vanany, I., Soon, J.M., Maryani, A. & Wibawa, B.M. 2020. "Determinants of halal-food consumption in Indonesia", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 2, pp. 507-521. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0177>
- Warto & Samsuri. 2020. Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Warto dan Arif, Z. 2020. Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan, Problematika dan Solusinya. *al-Ulum*, 20 (1): 274 -29
- Waskito, D. 2015. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wilkins, S., Butt, M.M., Shams, F. & Pérez, A. 2019. "The acceptance of halal food in non-Muslim countries: Effects of religious identity, national identification, consumer ethnocentrism and consumer cosmopolitanism", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 4, pp. 1308-1331. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0132>

Yasin, B. 2009. The role of gender on turkish consumers' decision-making styles. *Advances in Consumer Research – Asia-Pacific Conference Proceedings*. 8: 301-308.

