

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 215–229.
- Adiba, E. M., & Wulandari, D. A. (2018). Pengaruh Halal Knowledge , Islamic Religiosity , dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 357–369.
- Afendi, A., Fitri, M., & Firdiyanti, S. I. (2022). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam : Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1124–1133.
- Aidilla, T. (2024). *Penjualan Busana Muslim Meningkatkan Jelang Lebaran di Medan*. Republika. <https://visual.republika.co.id/berita/sbbbleb491/penjualan-busana-muslim-meningkat-jelang-lebaran-di-medan>
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). Analisis Trend Fashion Muslim Dalam Meningkatkan Halal Lifestyle Di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3), 457–470.
- Anisa, V. (2023). *Pengaruh Halal Lifestyle, Halal Knowledge Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brand Merk Rabbani (Studi Kasus Pada Konsumen Rabbani Di UIN Walisongo Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Annisa, N., Roswaty, R., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kosmetik Sari Ayu di Outlet Mall Palembang Icon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 56–65.
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Cristiana, I. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Perdana Publisher.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Arnanda, B., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Pada Toko Salamah. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 4(2), 108–114.
- Arta, A. D., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Di Malang Raya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 179–187.
- Assael, H. (2021). *Perilaku Konsumen*. Binapura Aksara.
- Azizah, N. F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ar Coffee Beverage*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Batubara, N. S., & Afandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di 212 Mart Medan Baru. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 91–100.

- Caesar, M. R. Al, & Sukresna, I. M. (2017). Studi Perilakumahasiswa Dalam Pola Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Bimbingan Belajar (Studi pada Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa Buka Buku dengan Pendekatan Studi Kasus). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–13.
- Fauziah, Koeswinarno, Atieqoh, S., Abidin, Z., M., F., Hidayati, U., Mulyono, A., Rosidi, A., & Nofandi, R. A. (2021). *Survei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial*. Litbangdiklat Press.
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *EKONOMIS / Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 111–125.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Hasmi, Z. P., Fasa, M. I., & Soeharto. (2022). Perilaku Halal Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional Vol.*, 13(2), 99–106.
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2), 115–120.
- Islahiha, N. A., Mulyadi, A., & Lisnawati, S. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 691–706.
- Izzah, N., Harahap, M. I., & Ridwan, M. (2022). Determinan Generasi Z Menerapkan Gaya Hidup Halal Di Kota Padangsidempuan. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(1), 23–42.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); Edidi Kedu). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (B. Sabran (ed.); Edisi ke-1). Pearson Education.
- Kundrianingsih, Diana, N., & Alrasyid, H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(2), 277–288.
- Lestari, F., & Sujana, D. (2019). Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Customer Value Survey Pada Hotel Syariah Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 18(2), 72–81.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 97–105.
- Ma'ruf, A. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup Halal, Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2018-2020)*. Universitas Islam Negeri Walisongo.

- Maliki, R. M., Hanif, & Hilal, S. (2023). Peran halal lifestyle dan brand image dalam pembuatan keputusan pembelian produk belanja online pada generasi z di Bandar Lampung. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20(4), 484–494.
- Maryati, & M. Khoiri. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masyitah, E. (2023). Buku Panduan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama. In *Universitas Potensi Utama*. Universitas Potensi Utama.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2020). *Perilaku Konsumen* (Edisi 10). Erlangga.
- Mursid, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(3).
- Nurazizah, Aprilia, N., & Ismail, A. S. (2024). Perilaku Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 4(1), 61–73.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2), 60–69.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2019). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal Kinerja*, 14(1), 16–23.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurohim, & Islam, D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*. CV.Eureka Media Aksara.
- Rahim, S., & Pawanteh, L. (2019). Media Penetration And Cultural Identity Among Young Adults in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 11(2), 225–235.
- Risdiyani, A. (2023). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Halal Lifestyle terhadap Penilaian Produk Kosmetik dan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Cross-Border*, 6(1), 95–106.
- Rosi, A., Alrasyid, H., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Kesadaran Halal, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Warta Ekonomi*, 7(1).
- Sari, A. W., & Susilo, E. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Busana Muslimah Merek Nadheera Luxury Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 2(02), 1–8.
- Sari, Z., Tohari, T., & Anjani, D. L. (2022). Analisis Pengaruh Halal lifestyle dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Milenial Muslim Untuk Membeli Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(2), 301–323.
- Sarmadi, A. S. (2022). *Spiritualitas Bisnis Mencari Ridho Ilahi*. Aswaja Pressindo.

- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2022). *Salesman (Kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Tauji, A., & Susilo, J. (2023). Pengaruh Label Halal dan Promosi Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman). *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 2(3), 128–134.
- Teguh, M. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Praktik*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152.
- Tysara, L. (2022). *Pengertian Indikator adalah Sesuatu yang Bisa Memberikan Keterangan*. Liputan 6.
<https://www.liputan6.com/hot/read/4850741/pengertian-indikator-adalah-sesuatu-yang-bisa-memberikan-keterangan>
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 4(1), 32–40.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90–104.
- Zuhriyah, K., Djaelani, A. K., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 3(13), 1–16.
- Zulham. (2022). *Peran Negara Dalam Pelindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Kencana.