

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad bin Abdurahman Alu Syaikh. (2008). *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsiir. Penerjemah, M, Abdul Ghoffar*, (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i). hlm. 408- 409.
- Abhimantra, A; A. R. Maulina; E. Agustianingsih. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*. Hlm. 170-177.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127.
- Ajzen, Icek. (2002). "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior," *Journal of Applied Social Psychology* 32, no. 4. Hlm. 665–683.
- Alam, Syed Shah; Sayuti, Nazura Mohamed. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing," *International Journal of Commerce and Management* 21, no. 1. hlm. 8–20.
- Alaydrus, Ragwan Mohsen. (2017). "Membangun Kontrol Diri Remaja Melalui Pendekatan Islam Dan Neuroscience," *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi* 22, no. 2. Hlm. 19.
- Alfian, A. M; Huda, N; Alfian, A. (2023). "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Kemaslahatan Terhadap Perilaku Mengonsumsi Makanan Halal." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3786-3798.
- Alserhan, Ahmad. (2012). "Researching Muslim consumers: do they represent the fourth-billion consumer segment?" *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), hlm. 121– 138
- Aziz, M; Rofiq, A; Ghofur, A. (2019). "Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Statute Approach." *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*. Vol 14 No. 1. Hlm.151– 70.

- Bagher, A.N; Salati, F; Ghaffari, M. (2018). "Factors affecting intention to purchase organic food products among iranian consumers." *Academy of Marketing Studies Journal*, 22, 1.
- Chin. (1998). *Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. (Ponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya.
- Desviyana, D; Basri, Y. M; Nasrizal, N. (2020). "Analisis kecurangan pada pengelolaan dana desa dalam perspektif fraud hexagon." *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(1), hlm. 50-73.
- Devi, O. S; Tamara, D. A. D; Mai, M. U. (2022). "Minat Publik Terhadap Investasi P2P Lending Fintech Syariah di Alami Sharia: Produk, Akad, Imbal Hasil, Tingkat Keberhasilan Bayar." *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(2), hlm. 409-420.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). "*Partial Least Squares (Teori dan Praktek)*". CV. AA. Rizky.
- Faturohman, I. (2019). "Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar" (Vol. 10, No. 1, pp. 882-893).
- Firdaus. (2017). "Membentuk Pribadi Berakhlakul Karimah Secara Psikologis," *Jurnal Al-Dzikra* Vol. 11 No. 1, hlm 57–58.
- Firman, F; Anra, Y; Pratama, R; Wulan Tersta, F. (2021). "Factors Affecting Intentions and Behavior of Plagiarism Among Students in Jambi University: Testing the Data Quality for Validity and Reliability". *Spektrum Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 9(4), hlm. 462-478.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- García, N; Saura, I; Orejuela, A; Junior, J. R. (2020). "Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach." *Heliyon*, Vol.6 No.6
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21, Edisi 7*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Ghozali, Imam. (2015). *Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, 2nd ed.* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Ghozali, Imam. (2015). *Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*, (Semarang: Badan Penerbit, Undip). Hlm. 74.
- Hartono, Jogiyanto; Abdillah W. (2014). "*Konsep Dan Aplikasi PLS (Parial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*" (Yogyakarta: BPFÉ).

- Haryono, S; Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling*. Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama.
- Hilmawati, M. R. N; Kusumaningtias, R. (2021). “Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan sektor usaha mikro kecil menengah.” *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), hlm. 135-152.
- Huda, N; Hulmansyah, H; Rini, N. (2018). “Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi produk halal pada kalangan mahasiswa Muslim.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, Vol.2 No.2. Hlm. 247-270.
- Huda, Nurul. (2018). “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.2 No.2. Hlm.248
- Indrawati, P. (2022). “Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Fashion Muslim pada Marketplace Indonesia”. *Iqtisad: Reconstruction of justice and welfare for Indonesia*. 9(2). Hlm.165-188.
- Khasanah, Noor Maulida; Supriyanto, Agus. (2022). “Minat Beli Produk Halal Samyang Food Ditinjau Dari Theory Of Planned Behavior Pada Generasi Muslim Di Kabupaten Kudus,” *Amkop Management Accounting Review (AMAR)* 2, no. 1. Hlm. 28–41.
- Kuncoro, Hadi. (2012). “Implementasi Maqashid Syariah sebagai Indikator Perusahaan Islami”, Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Indonesia, Vol. 1, No. 3, hlm. 58.
- Kusumastuti, D. K. (2020). “Minat beli produk halal di Indonesia: studi pemetaan sistematis.” *Mabsya: jurnal manajemen bisnis syariah*. 2(2). Hlm. 27-50.
- Listyoningrum, Anggit; Albari. (2017). “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya,” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1. Hlm. 40–51.
- Michael, James. (2001). *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga* (Jakarta: Dhalia).
- Mokhlis, Safiek. (2009). “Implication for marketers in UAE”. *Journal of Islamic Marketing*. 2(2). Hlm.138–153.
- Ningtyas, Yunita; et al. (2021). “Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal,” *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2, no. 08. hlm. 42–49.
- Nursakdah; Saufi, Akmad; Rinuastuti, Baiq Handayani. (2021). “Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui Dropshipper Pada Media E-Commerce,” *Jmm Unram - Master of Management Journal* 10, no. 3. Hlm. 175–185.

- Putra, L. S; Nurdin, R. (2018). “Penerapan Theory of Planned Behavior dalam pembelian makanan halal pada masyarakat di Kota Banda Aceh”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 13-21.
- Putri, Imelda; Bayuni, Eva Misfah; Srisusilawati, Popon. (2020). “Pengaruh Literasi Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kaki Lima Di Universitas Islam Bandung,” *Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2. Hlm. 82–85.
- Rajagopal, S; Ramanan, S; Visvanathan, R; Satapathy, S. (2011). “Halal certification: Implication for Marketers in UAE.” *Internasional Conference on Islam, Economy, and Halal Industry (ICIEHI)*. Hlm. 141-155.
- Reuters, T. (2014). *State of Global Economy Report and Indicator 2014/2015*. <https://halalfocus.net/state-of-global-islamic-economy-report-indicator-20142015/>. (Diakses pada 25 April 2017).
- Romadhoni, Azizah Budhi Nur; Guspul. A. (2020). “Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online,” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 2, no. 1. Hlm. 76–81.
- Salisbury, dkk dalam Hartono, Jogiyanto, and W. (2009). *Konsep Dan Aplikasi PLS (Parial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. (Yogyakarta: BPF).
- Sangadji, etta mamang; Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi).
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai contoh Skripsi Bidang ilmu Ekonomi dan Manajemen*, (Jakarta:Salemba Empat), hlm. 143.
- Sarwono, J. (2011). “Mengenal path analysis: sejarah, pengertian dan aplikasi”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 11(2), hlm. 285-296.
- Septiana, Aldila. (2016). “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, *Jurnal Dinar Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1. Hlm. 2
- Setiawan, S; Hasbi Assidiki M. (2019). “ Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung”. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol.5 No.2 Hlm. 233.
- Shah Alam, S; Mohamed Sayuti, N. (2011). “Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing”. *International journal of Commerce and Management*. 21(1), hlm. 8-20.
- Shihab, Quraish. M. (2002). *Tafsir al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Quran*. (Jakarta: Lentera Hati).
- Sholihin, M; Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan Non linier dalam penelitian sosial dan bisnis*. (Yogyakarta: ANDI).

- Simamora, B. (2008). *Panduan riset perilaku konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), hlm. 3-4.
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi, Edisi revisi*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior buying, having, and being*. (New Jersey: Pearson).
- State of Global Islamic Economy Report. (2019). *State of Global Islamic Economy Report 2019/20*. (New York: Thomson Reuters).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- Sungkawati, E; Meliantari, D; Egim, A. S; Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)* (Purbalingga: Eureka Media Aksara).
- Supriyadi, E. I; Asih, D. B. (2021). "Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia." *Jurnal RASI*. Vol.2 No.1 hlm. 18-22.
- Susanto, L; Yanti, Y; Viriany, V; Wirianata, H. (2020). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad." *Jurnal Bina Akuntansi*. 7(2). hlm. 124-141.
- Susanto, Ricky Kurniawan; Sahetapy, Wilma Laura. (2021). "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial," *Journal of AGORA* 9, no. 2. hlm 1–9.
- Swidi, A; Huque, S. M; Hafeez, M. H; Shariff, M. N. (2014). "The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption." *British Food Journal*, 116(10). Hlm. 1561-1580.
- Syarifah, K. Z. (2023). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal*. (Semarang: UIN Walisongo).
- Talib, A. A. N; Razak. A. I. S. (2013). "Cultivating export market oriented behavior in halal marketing: Addressing the issues and challenges in going global". *Journal of Islamic Marketing*, 4(2). Hlm. 187–197.
- Tarigan, Eka Dewi Setia. (2016). "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan" *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* ISSN :2407-2648 E-ISSN :2407-263X Vol. 3 No. 1.
- Triyana, C. S. (2020). *Pengaruh Perilaku Ramah Lingkungan, Persepsi Nilai, Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Program Ramah*

- Lingkungan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan Di Bandung.* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Walgito, Bimo. (2004). *Pengantar Psikologi Umum.* (Yogyakarta: Andi Offset).
- Wigati, S. (2011). “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam.* Vol.1 No.1. Hlm. 31-32.
- Yamin, Sofwan; Kurniawan, Heri. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner Dengan Lisrel-PLS,* (Jakarta: Salemba Infotek), hlm. 57.
- Zahrati; Siregar, Widyana Verawaty; Razif. (2022). “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kuota Internet Di Kota Lhokseumawe,” *Journal for Management Student (JFMS)* 2, no. 1, hlm. 1–5.
- Zulganef. (2018) *Metode penelitian Bisnis dan Manajemen,* (Bandung: PT Rafika Aditama) hlm. 146.