

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Nur Romdlon Maslahul, Muhammad Rafli Ilham Ramadhan, Talitha Aristawati, and Syahansyah Adi Pratama. "Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di ShopeeFood." *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual* 7, no. 2 (2022): 420. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>.
- Al., Didin Burhanuddin Rabbani et. "Komunikasi Pemasaran," 143. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Amalia, Tazqia, Santi Lisnawati, and H Sofiyen Muhlisin. "Pengaruh Halal Lifestyle , Korean Wave Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Korea." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 02, no. 01 (2024): 608–14.
- Amelia, Dahlia, Bambang Setiaji, Kadek Primadewi, Umami Habibah, Theresia Lounggina, Luisa Peny, Kiki Pratama Rajagukguk, et al. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023.
- Amrin, Amrin, Supriyanto Supriyanto, and Andri Ardiansyah. "Analisis Literasi Halal Dalam Membentuk Gaya Hidup Islami Di Perguruan Tinggi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta)." *Fikrah : Journal of Islamic Education* 6, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.32507/fikrah.v6i1.1311>.
- Andi Nadhira, M Faisal. *Perilaku Konsumen.Pdf*. Edited by Zulya Rachma Bahar. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024.
- Annisia Valentina and Ratna Istriyani. "Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan." *Jurnal Pemikiran Sosiolog* 2, no. 2 (2017): 71.
- Ardani, Gede Wisnu Saputra dan I Gusti Agung Ketut Sri. "Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen* 9, no. 7 (2021): 2600.
- Ardiani, Elinda, and Sugiyanto. "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur Dan Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat)." *Jurnal Civitas Academica* 1 (2020): 6.
- Aula, Ivadhatul, and Aan Zainul Anwar. "Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat Di Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09, no. 02 (2024): 341–55. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>.

- Darwin, Setyono, Widyanata Ong Yinyin, Siaputra Hanjaya, and Jokom Regina. "Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar." *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 5, no. 1 (2017). www.journal.uta45jakarta.ac.id.
- Data.tasikmalayakota.go.id. "Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Kota Tasikmalaya Tahun 2022," n.d. <https://data.tasikmalayakota.go.id/dinas-kependudukan-dan-pencatatan-sipil/jumlah-penduduk-berdasarkan-agama/>.
- David Oliver Purba. "Tak Semua Samyang Yang Beredar Di Indonesia Mengandung Babi." *Kompas.com*, 2017. <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/06/21/15452521/tak.semua.samyang.yang.beredar.di.indon>.
- Edwin, Zusrony. *Perilaku Konsumen Di Era Modern. Jakarta: Indeks*, 2008.
- Elkasysyaf, Estu, and Neneng Hartati. "Pengaruh Literasi Produk Halal Dan Daya Tarik Habel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung." *Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.15575/jieb.v1i2.15585>.
- Elpansyah, Cepi, Sahidillah Nurdin, and Yuyu Sri Rahayu. "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Umroh PT Indojava Mulia Wisata." *Jurnal Sain Manajemen* 1, no. 1 (2019): 85–95. <http://ejurnal.univbsi.id/index.php/jsm/index> 85.
- Erycha Budiana Sari, Akhmad Hulaify, Zakiyah, and Parman Komarudin. "Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Korean Food Menurut Teori Perilaku Konsumen Islam." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 139–48. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i1.43>.
- Febryanti, Hanifah, and Fuad Hasan. "Pengaruh Word of Mouth Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan." *Agriscience* 3, no. 1 (2022): 164–78. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15240>.
- Fikri, Salman Romizul. "Pengaruh Literasi Halal Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Dan Minuman Pada Masyarakat Jakarta Timur." *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 8 (2025): 306–19.
- Halal, Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk. "Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal," 2021.
- Handayani, Sri. "Waspada Produk Impor Tidak Berlabel Halal." *Republik*, 2016. <https://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/16/03/11/o3vfwa23-waspada-produk-impor-tidak-berlabel-halal>.

- Hasan, Ali. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. “No Title,” n.d.
- Huwaiddi, M Hibatullah. “Membidik Potensi Ekonomi Pesantren Sebagai Penunjang Industri Halal Indonesia.” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2023): 11–22. <https://doi.org/10.33650/profit.v7i1.5741>.
- Immanuel, Dewi Mustikasari. “Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 7, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4451>.
- ISEF (Indonesia Sharia Economy Festival) 2022. “SGIE Report 2022: Makanan Halal Indonesia Peringkat Dua Dunia,” n.d. <https://isef.co.id/cat-artikel/sgie-report-2022-makanan-halal-indonesia-peringkat-dua-dunia/>.
- Itasari, Andri Astuti, Nurnawati Hindra Hastuti, and Agus Supriyadi. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no. 0 (2020): 52–59.
- Kanuk, Leon G Schiffman dan. *Consumer Behavior*. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Kementerian, Perindustrian, Republik, and Indonesia. “Indonesia Targetkan Jadi Kampiun Industri Halal,” 2023. <https://kemenperin.go.id/artikel/24049/Indonesia-Targetkan-Jadi-Kampiun-Industri-Halal>.
- Kharisma, Liza, and Saidun Hutasuhut. “Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Niagaawan* 8, no. 3 (2019): 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>.
- Larasati, Nisriinaa Rifqi, Program Studi Manajemen, and Universitas Dian Nuswantoro. “Pengaruh Persepsi Kualitas, Word Of Mouth, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie.” *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis* 1, no. 1 (2022): 51–60.
- Lathifah, Isnaini Nurul, Achmad Herman, and Muh. Isa Yusaputra. “Pengaruh Mengakses Korean Wave Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Di Kota Palu.” *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 111. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1933>.
- Latif, Mardhiyyah Syahidah, Tineke Wolok, and Zulfia K Abdussamad. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2024): 28–36.
- Lindasari, Putri Mey, Mulato Santosa, and Nur Hidayah. “Pengaruh Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Ambassador Sebagai Variabel

- Moderasi (Studi Empiris Pada Konsumen Skincare Innisfree).” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 2024, 516–26. <https://doi.org/10.31603/conference.12036>.
- Lita, Rahmiati, and Yoon C. Cho. “The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products.” *International Business & Economics Research Journal (IBER)* 11, no. 12 (2013): 1433. <https://doi.org/10.19030/iber.v11i12.7617>.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Edited by Zulfikar Bagus Pamboko. magelang: unimma press, 2018.
- Meichya Nirmala Putri and Afrianti Elsy Vanomy. “Analisis Peranan Korean Wave Terhadap Diversifikasi Produk Dalam Konteks Inovasi Bisnis Berkelanjutan.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, no. 11 (2022): 12.
- Meli, Neng, Deden Arifin, and Shelvi Permata Sari. “Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card.” *Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi* 1, no. 1 (2022): 8–11. <http://prosiding.senakota.nusaputra.ac.id/index.php/prosiding/article/view/81>.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: kencana, 2010.
- Nilawati, Nelzi Fati. *Metode Penelitian*. Tanjung Pati: Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, 2023.
- Paik, Gunjoo Jang and Won K. “Korean Wave as Tool for Korea’s New Cultural Diplomacy.” *Advances in Applied Sociology* 2, no. 3 (2012): 196–202. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>.
- Pamuji, Sugeng. “Kunjungi BPJPH, Korea Selatan Jajaki Kerja Sama Produk Halal.” Kementrian Agama Republik Indonesia, n.d. <https://kemenag.go.id/internasional/kunjungi-bpjph-korea-selatan-jajaki-kerja-sama-produk-halal-bfplni>.
- Philip, Kotler, and ArmsTrong Gary. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam/P3EI*. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Qur’an Kemenag. “No Title.” LPMQ, n.d. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=27&to=27>.
- Rencidiptya, Ummul Hasanah dan Th.Avilla. “Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta” 14, no. 2 (2020): 255–70.

- S, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Saputro, Waras Widodo. “Kepuasan Pelanggan.” CV. Literasi Nusantara Abadi, 2024.
- Selfitriani, Selfitriani, and Jumarni Jumarni. “Pengaruh Literasi Halal Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Pembelian Skincare Dikalangan Generasi Zillennial (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iain Bone).” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)* 4, No. 2 (2024): 35–50. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v4i2.5507>.
- Setyowati, Anis, and Moch. Khoirul Anwar. “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun.” *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 16, no. 1 (2022): 108–24. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.108-124>.
- Shanaya Rifiana Dewi, Edy Yusuf Agung Gunanto. “Analisis Peran E-Wom, Halal Awareness, Marketing Influencer Dan Lifestyle Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 24, no. 2 (2023): 1–18.
- Shertina, Rara dan Ario Bimo Utomo. “Strategi Gastrodiplomasi Pemerintah Korea Selatan Dalam Program Global Hansik Campaign Di Indonesia Pada Tahun 2012-2017.” *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaa* 19 (2021): 187–211.
- Shim, Doobo. “Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia.” *Media, Culture and Society* 28, no. 1 (2006). <https://doi.org/10.1177/0163443706059278>.
- Sidik, M. Hafid Saeful, Septiana A Estri Mahani, and Dede R Oktini. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Widjie Coffee).” *E-Proceeding of Management* 6, no. 3 (2019): 1146–52.
- Subagiyo, Lisa Azizah, Bernard Tirtomoeljono Widjaja, Universitas Kristen, and Krida Wacana. “The Influence of Korean Wave , Hedonistic Lifestyle , and Brand Image on Purchase Decision of Samsung Products with Customer Relationship Management as A Moderating Variable (Case Study : Samsung Gadget Consumers In DKI Jakarta)” 04, no. 7 (2025): 888–905.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumiati, Sumiati. “Dampak Etnosentrisme Dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal*

- Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2020): 27. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7517>.
- Syafrida, Sahir hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. KBM Indonesia, 2021.
- Tiuridah Silitonga, Yurika Afrianita, Muhammad Thaha Yasin Ramadhan, Siska Kurnia Novianty. “Kajian Teori Lokasi Christaller Terhadap Jaringan Pelayanan Sarana Perdagangan Di Pulau Karimun Besar.” *Jurnal Pelita Kota* 3, no. 1 (2022): 150–60. <https://doi.org/10.51742/pelita.v3i1.469>.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Wardani, Indah, and Rizky Dermawan. “Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7, no. 2 (2023): 1114. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1357>.
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen*. Edited by PhD Mahir Pradana. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 3. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Winalda, Indira Tri, and Tri Sudarwanto. “Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1 (2022): 1573–82. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>.
- Yonatan, Agnes Z. “1,42 Juta Produk Telah Bersertifikasi Halal RI Di Tahun 2023.” GoodStats, n.d. <https://data.goodstats.id/statistic/142-juta-produk-telah-bersertifikasi-halal-ri-di-tahun-2023-o0vjk>.
- Yuliana, Yayuk, and Julianto Hutasuht. “Penerapan Word of Mouth Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Jasa Penginapan Di Kecamatan Bahorok.” *Prosiding Seminar Nasional & Expo II Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2019, 1668–73. <https://www.e-prosiding.umnaw.ac.id/index.php/penelitian/article/view/407%0Ahttps://www.e-prosiding.umnaw.ac.id/index.php/penelitian/article/download/407/401>.