

DAFTAR PUSTAKA

- Ah. Zaenal Arifin, Annisa Nur Salam. “*Analysis of Millennial Generation Behavior in Consuming Halal Products: Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Method*”, *IQTISHADIA* Vol. 12 (2) (2019): 266-287.
- Aikat, D. “*Millennials Usher a Post-Digital Era: Theorizing how Generation Y Engages with Digital Media, In Mediated Millennials (Studies in Media and Communications)*”, Vol. 19, (2019), 9-29.
- Alquran. *AlQuran dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Pustaka Assalam, 2010.
- Anca. B. *A Review of the Specific Characteristics of the Generation Y Consumer, Marketing From Information to Decision*. (2015), 28-47.
- Anggit Listyoningrum. “*Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya*”, *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 40-51.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. *Berita Resmi Statistik*. Jepara: BPS Kab. Jepara, 2021.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. *Hasil Perapihan Umum dari Data Administrasi dan SP2020*. Jepara: BPS Kab. Jepara, 2020.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Jepara Menurut Lapangan Usaha 2015-2019*. Jepara: BPS Kab. Jepara, 2020.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. *Profil Pendidikan Kabupaten Jepara 2020*. Jepara: BPS Kab. Jepara, 2020.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. *Statistik Daerah Kabupaten Jepara 2021*. Jepara: BPS Kab. Jepara, 2021.
- Baker, Ahmad. “*On Islamic Branding: Brand as Good Deeds, On Journal of Islamic Marketing*. Vol. 1, No. 2, (2010), 101-106.
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku untuk*

- Orang yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Danang Waskito. “*Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*” (skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).
- Didin Fatihudin. *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Duwi Priyatno. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Elasrag, H. “*Halal Industry: Key Challenges and Opportunities*” (2016).
- Etta Mamang Sangadji, dkk. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Farid. *Kewirausahaan Syariah*. Depok: Kencana, 2017.
- Hadari Nawawi dan Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hendra Utama. “*Mencermati Kehalalan Ikan Kalengan*”. LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). 16 Agustus 2018, <http://www.halalmui.org>.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Unuversitas Diponegoro, 2006.
- James F. Engel, dkk. “*Perilaku Konsumen*” Edisi Keenam, Jilid 2. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995).
- Jumani dan Siddiqui. “*Bases of Islamic Branding In Pakistan: Perception or Believes, On Interdiscliplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3, No. 9, (2012).
- Koentjaraningrat. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Djambatan, 2002.
- Kotler, Philip & Keller. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Ketigabelas, Jilid I. (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Lijan Poltak Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- LPPOM MUI. *Panduan Titik Kritis Bahan untuk Auditor*.
- Mashudi. *Konstruksi Hukum & Respon Masyarakat Terhadap Sertifikat Produk Halal*, cet. 1. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2015.
- Muhammad Ilham dan Firdaus. “Analisis Hubungan *Islamic Branding* dan *Religiusitas* Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu* 3, no. 1 (2020): 29-47.
- Muhammad Nasrullah. “*Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*”, *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015): 79-87.
- Multimmatul Faidah. “Serifikasi Halal di Indonesia dari *Civil Society* Menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama”, *Islamica* Vol. 11 No. 2 (2017), 452.
- Nanda Bella Fidanty Shahnaz dan Wahyono. “Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online”, *Management Analysis Journal*, (2016): 391.
- Nor Sara Nadia Muhamad Yunus, dkk. “*Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer*” *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, No. 130, (2014), 145-154.
- Osmena Gunawan. “*Yuk, Cemati Kritis Haram Biskuit*”, LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia), 18 Desember 2018, <http://www.halalmui.org>.
- R. Gunawan Sudarmanto. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Reitsma, Jan, dkk. *Dimension of Individual Religiosity and Charity: Cross National Effect Differences in European Countries, On Review of Religious Research*, Vol. 47, No. 4, (2006), 347-362.
- Rika Yulita Amalia dan Syifa Fauziah. “Perilaku Konsumen Milenial Muslim pada Resto Bersertifikasi Halal di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen”, *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* 3, no. 2 (2018): 203.
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2017.
- Ruth Benedict. *Patterns of Culture*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1959.

- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasia Media Publishing, 2015.
- Shufiyyatin Aliyah dan Sri Abidah Suryaningsih. “Pengaruh *Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* di Kabupaten Gresik”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 3 (2021): 123-133.
- Sirilius Seran. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sopa, *Sertifikasi Halal Majelis Ulama’ Indonesia, Studi atas Fatwa Halal MUI terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik*. Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Suliyani. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Tian Nur Ma’rifat. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Ayam Bersertifikat Halal di Provinsi D.I Yogyakarta”, (Prosiding Seminar Agroindustri dan Lokakarya Nasional FKPT-TPI Program Studi TIP-UTM, 2-3 September, 2015).
- Walker, M., Buchta, D., Reuter, T., & Gott, J. “*Addressing the Muslim Market: Can You Afford Not To?*”, Illinois: AT Kearney, 2007.
- Wikipedia, “Kabupaten Jepara”, 17 Februari 2022, <http://www.jeparakab.go.id/>.