

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M. R. A., Ghassemi, & Leila N. Vosta. (2014). Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 143(23), 822–826.
- Bandungkota.bps.go.id. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Bandung (Jiwa), 2020-2022*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/108/1373/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kota-bandung.html>
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi Ilmiah Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Halalmui.org. (2020, February 14). *Peluang dan Tantangan Industri Makanan dan Minuman Halal*.
- Hardani, A. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV, Pustaka Ilmu Grup.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Julianti, N. Lu., Nuridja, I. M., & Meitriana, M. A. (2014). PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOSERBA NUSA PERMAI DI KECAMATAN NUSA PENIDA TAHUN 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (5th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Mahardika, T. P. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI

- VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 16(2).
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandi, A., & Priadana, S. (2020). *Ragam analisis dalam metode penelitian : untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi* (R. I. Utami, Ed.). Penerbit Andi.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munawar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi ragam Analisis*. Andi.
- Novita, Y., Annisa, A. A., Bawono, A., Albab Al Umar, A. U., Rachmawati, A. K., & Safaah, N. (2022). The Effect of Halal Awareness and Halal Certification on Interest in Buying Halal Products During Covid-19 Pandemic. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3). <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1173>
- Nurgiyantoro, B. (2019). *Teori Pengkajian Fiksi* (12th ed.). Gadj Mada University Press.
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, dan Religiusitas terhadap Minat beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 294–304.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- Satudata.bandungkab.go.id. (2022, November 7). *Jumlah UMKM yang ada*.
- Schiffman, & Kanuk. (2022). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley & Sons.
- Shaari, J. A. N., & Arifin, N. S. bt M. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *American Business Research Conference*, 1–15.
- Sugiyono. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019a). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2019b). *Metodologi Penelitian Lengkap Praktis Dan Mudah Dipahami*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Suyono, Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.

Yusuf, M., Rasmon, & Rahayu, E. U. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Mixue Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7082–7093.