

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anoraga. (2010). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Restoran 2021*. Jakarta: BPS.
- Bakhtiar, H.W. (2018). *Budaya dan Manusia Indonesia*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Cholid, Narbuko., & Abu Achmadi. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Cholilawati., & Putrawan, I.M. (2020). *Costumer Behavior Didasarkan pada Kepribadian*. Malang: Ahlimedia Press.
- Damsar., & Indrayani. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Kencana.
- Griandra, A. (2010). *Dari Sertifikasi Menuju Labelisasi Halal*. Jakarta: Universitas Michigan.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Perilaku*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kotler, P., Dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Majelis Ulama Indonesia. (2018). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*. Jakarta: MUI.
- Ong, S. (2017). *Seikatsu Kaizen*. Kyoto: Kyoto University Press.
- Pelu, M.E.A. (2019). *Label Halal (Antara Spritual Bisnis dan Komoditas Agama)*. Jakarta: Erlangga.
- Poltak, H., & Dkk. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Simamora, B. (2013). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjitroresmi, E., & Suhodo, D.S. (2014). *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*. Jakarta: Lipi Press.

Uyun, M., & Yoseanto, B.L. (2022). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

B. Skripsi

Utami, W.B. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga. <https://digilib.uin-suka.ac.id/>

C. Jurnal

Novianti., & Dkk. (2021). “Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan di Restoran Jepang (Studi Kasus pada Enam Restoran Jepang di Kota Makassar).” *Hospitality And Gastronomy Research Journal*, 3(2), 113–35.

Nurfajri, Y.F. (2017). “The Effect of Halal-Labelled Food Awareness Towards Purchase Intention Among Urban Muslims (Study of Indonesian Students in Japan).” *Afebi Islamic Finance And Economic Review*, 2(2), 55–78.

Putri, M.J., & Rimadiaz, S. (2020). “Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Indonesia (Telaah pada Mie Ramen Jepang Halal).” *Jurnal Sastra Jepang*, 1(1), 1–12.

D. Website

Fauziah, S. (2020). Ini Alasan Makanan Jepang Digemari Oleh Masyarakat Indonesia. www.kontan.co.id. (Diakses pada 17 April 2022 pukul 14.00 WIB).

Rahmawati, A.A.D. (2022). Restoran Jepang No Pork No Lard Belum Tentu Halal, Ini Sebabnya. www.detikfood.com. (Diakses pada 17 April 2022 pukul 15.00 WIB).