

Daftar Pustaka

- Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 110–123.
- Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 110–123. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art3>
- Agus Kholili. (2021). Pentingnya Rumah Potong Ayam Halal. *Jurnal Likuid*, 1(01), 12–20.
- Agus Setiadi dan Titik Ekowati, K. A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 38(2). <https://doi.org/10.47728/ag.v38i2.287>
- Ansari, N. U., & Mohammed, H. (2015). Factors affecting the intent to purchase halal personal care products: empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 1(2), 199–213. <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2015.071784>
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.

- Kusnasriyanti Yusfaningrum & Imam Ghozali. (2005). Analisis pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen tujuan anggarandan job relevant information (JRI) sebagai Variabel Intervening. *SNA VIII Solo*, 15–16(September), 3–6.
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1), 40–51.
<https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>
- Ma'rifat, T. N., Ismoyowati, D., & Wikarta, J. M. (2015). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Ayam Bersertifikat Halal di Provinsi D.I Yogyakarta. *Prosiding Seminar Agroindustri Dan Lokakarya Nasional FKPT-TPI*, September, 42–54.
<https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=572ae32e93553b0c764e2eee&assetKey=AS%3A358265088167937%401462428462024>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(2654–5616), 43–53.
- Noni Setyorini. (2013). Analisis Theory of Planned Behavior Dalam Pemilihan Produk Makanan. *Jurnal Rekognisi*
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JRM/article/view/2362>
- Nor Ardyanti Ahmad, Tunku Nashril Tunku Abaidah, & Mohd Helmi Abu Yahya. (2013). A Study on halal food awareness among muslim customers in

Klang Valley. *4Th International Conference on Business and Economic Research Proceeding, March*, 1073–1087.

Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.

<https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/11557>

Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>

Sucipto. (2020). Analisis tekno ekonomi alat penyembelihan ayam untuk mendukung implementasi sistem jaminan Halal. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 72–81.

<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/2126>

Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). “ Maka makanlah makanan yang halal lagi baik dari rizki yang telah Allah berikan kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada- NYA” (An-Nahl:114). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 18–28.

Wahyuningsih, I. (2019). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(1).

<https://doi.org/10.33476/jeba.v3i1.741>

- Wayan, N., Suprapti, S., Nyoman, N., & Yasa, K. (2015). *Aplikasi theory of planned behaviour dalam membangkitkan niat berwirausaha bagi mahasiswa Fakultas ekonomi Unpaz, Dili Leonel da Cruz 1 Program Magister Manajemen Universitas Udayana (Unud), Denpasar , Bali Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Unive. 12, 895–920.*
- Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 110–123. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art3>
- Agus Kholili. (2021). Pentingnya Rumah Potong Ayam Halal. *Jurnal Likuid*, 1(01), 12–20.
- Agus Setiadi dan Titik Ekowati, K. A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 38(2). <https://doi.org/10.47728/ag.v38i2.287>
- Ansari, N. U., & Mohammed, H. (2015). Factors affecting the intent to purchase halal personal care products: empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 1(2), 199–213. <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2015.071784>
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Kusnasriyanti Yusfaningrum & Imam Ghozali. (2005). Analisis pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen tujuan anggarandan job relevant information (JRI) sebagai Variabel Intervening. *SNA VIII Solo*, 15–16(September), 3–6.
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim

- Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1), 40–51.
<https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>
- Ma'rifat, T. N., Ismoyowati, D., & Wikarta, J. M. (2015). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Ayam Bersertifikat Halal di Provinsi D.I Yogyakarta. *Prosiding Seminar Agroindustri Dan Lokakarya Nasional FKPT-TPI, September*, 42–54.
<https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=572ae32e93553b0c764e2eee&assetKey=AS%3A358265088167937%401462428462024>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(2654–5616), 43–53.
- Noni Setyorini. (2013). Analisis Theory of Planned Behavior Dalam Pemilihan Produk Makanan. *Jurnal Rekognisi*
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JRM/article/view/2362>
- Nor Ardyanti Ahmad, Tunku Nashril Tunku Abaidah, & Mohd Helmi Abu Yahya. (2013). A Study on halal food awareness among muslim customers in Klang Valley. *4Th International Conference on Business and Economic Research Proceeding, March*, 1073–1087.
- Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.
<https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/11557>
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Sucipto. (2020). Analisis tekno ekonomi alat penyembelihan ayam untuk mendukung implementasi sistem jaminan Halal. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 72–81.

<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/2126>

Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). “ Maka makanlah makanan yang halal lagi baik dari rizki yang telah Alloh berikan kepadamu, dan syukurilah nikmat Alloh jika kamu hanya menyembah kepada- NYA” (An-Nahl:114). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 18–28.

Wahyuningsih, I. (2019). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(1).
<https://doi.org/10.33476/jeba.v3i1.741>

Wayan, N., Suprapti, S., Nyoman, N., & Yasa, K. (2015). *Aplikasi theeory of planned behaviour dalam membangkitkan niat berwirausaha bagi mahasiswa Fakultas ekonomi Unpaz, Dili Leonel da Cruz 1 Program Magister Manajemen Universitas Udayana (Unud), Denpasar , Bali Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Unive. 12*, 895–920.