

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. S. (2020). Media dan Hiburan Halal: Potensi yang Belum Dimaksimalkan. *Sef Feb Ugm*.
- Adinugraha, H. H., Oktafiyani, M., & Muftadi, N. (2021). *HALAL LIFESTYLE: Theory and Practice in Indonesia*. Zahir Publishing.
- Adriani, L. (2020). Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia. *AL-MUZARA'AH*, 8.1: 57-72.
- Ailah, M. W. (2019). Pemahaman konsep Halal dan Halal Awareness dalam perilaku konsumen muslim BreadTalk di Surabaya . (*Doctoral dissertation, PhD Thesis*). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Asmawati, A., Pramesty, A., & Afiah, T. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *CICES (Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science)*, 8(2), 138-148.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Hasil Sensus Penduduk (SP2020), (*Online*), <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk--sp2020--pada-september-2020-mencatat-jumlah-penduduk-sebesar-270-20-juta-jiwa-.html>, diakses pada 24 Oktober 2024
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2023). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Makassar (Jiwa), 2022-2023, (*Online*), <https://makassarkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzMjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-makassar.html>, diakses pada 24 Oktober 2024
- Chusna, A. F., & Mustofa, R. H. (2024). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal ditinjau dari Purchase Intention. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 551-562.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi Sulawesi Selatan. (2023). Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama, (*Online*), <https://dukcapil.sulselprov.go.id/agama>, diakses pada 24 Oktober 2024
- Fadillah, A., & Shadiq, D. M. (2024). EKONOMI ISLAM (SYARIAH). *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(3), 120-125.
- Fauzi, M. C., Hasan, A., & Lutfi, M. (2024). Peran Literasi Keuangan, Promosi, dan eligiusitas Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah di Kabupaten udus. *An Nawawi*, 4(1), 41-54.



- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10 (2), 199-208.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th, Cetakan ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, G. R. (2022). *Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Generasi Z di Kota Padangsimpuan*.
- Harahap, M. I., Izzah, N., & Ridwan, M. (2022). Determinan Generasi Z Menerapkan Gaya Hidup Halal Di Kota Padangsidimpuan. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 23-42.
- Iman, A. L. (2023). State of the Global Islamic Economy Report, (Online). <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>, diakses pada 07 Oktober 2024
- Indonesia Sharia Economic Festival. (2024). Halal Lifestyle untuk Kualitas Hidup yang Lebih Baik, (Online), <https://isef.co.id/cat-artikel/halal-lifestyle-untuk-kualitas-hidup-yang-lebih-baik/>, diakses pada 15 Oktober 2024
- Jailani, N., & Adinugraha, H. H. (2022). The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economic Research and Social Sciences*, 6(1), 44-53.
- Kasihuw, & Dwiputri, M. O. (2023). Pengaruh Religiusitas dan Machiavellian Terhadap Perilaku Etis Auditor (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik di Yogyakarta dan Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 394-411.
- Kholis, N. (2017). Potret perkembangan dan praktik keuangan Islam di dunia. *Millah: Journal of Religious Studies*, 1-30.
- KNEKS. (2020). Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup. *KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah)*.
- Kusuma, C. S. (2020). Dampak media sosial dalam gaya hidup sosial (studi kasus pada mahasiswi pendidikan administrasi perkantoran FE UNY). *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 17(1), 15-33.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 97-105.
- Ma'zumi, T., & Najmudin. (2017). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat asar Tradisional Di Kota Serang Provinsi Banten). *Al Qalam*, 34(2), 313-36.



- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 113-120.
- Muzayanah, U., Oetomo, S. B., & Zakiyah, Z. (2019). Kepedulian Siswa Madrasah Aliyah Terhadap Produk Pangan Halal di Kota Surakarta. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, 5(2), 259-273.
- Nashirun. (2020). Makanan Halal dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an. Halalan Thayyiban: *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*, 3(2).
- Pakaya, I., Posumah, J., & Dengo, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat di Desa Biontong 1 Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 7 (104).
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh religiusitas terhadap kinerja karyawan: studi pada tenaga kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Studies and Research*, 2(1), 705-713.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Risdiyani, A. (2023). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Halal Lifestyle terhadap Penilaian Produk Kosmetik dan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Cross-border*, 6(1), 95-106.
- Rizvi, I., Abou, Y. B., & Sachan, M. P. (2024). Social Media & Gen Z: Navigating the influence of social media on Educational Attitudes of undergraduate Media students of Delhi NCR. *2nd ICSSR Conference on "India Towards Viksit Bharat"*, (ss. 13th-14th).
- Ropikoh, S., Mardiah, M., & Akil, S. (2021). Trend Konsumsi Produk Halal Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 16-21.
- Salsabila, A. Y., & Ihsan, D. N. (2023). The Influence of Halal Lifestyle on Career Women in Indonesia. *Etikonomi*, 22(1), 197–212.
- Sobari, N., Kurniati, A., & Usman, H. (2022). The Influence of Islamic Attributes and Religious Commitments Toward Halal Wellness Services Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 177–197.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- R. A., & Siagian, M. C. A. (2019). Pengaplikasian Material Sisik Ikan Nilai sebagai Emblishment pada Busana Modest Wear. *EProceedings of Art & Design*, 6(3).



- Umbarani, E. M., & Fakhruddin, A. (2021). Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 115-125.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata halal di jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9-19.
- Zuchroh, I. (2024). Transformasi Keuangan Syariah di Era Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 3716-3724.

