

**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL,  
KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI  
JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**

**Skripsi**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



Oleh

Desviola Salsabila Aurel Syahra

1601691

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**BANDUNG**

**2020**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL,  
KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI  
JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**

**Oleh**

Desviola Salsabila Aurel Syahra

1601691

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Desviola Salsabila Aurel Syahra

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2020

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulisan

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL,  
KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI  
JAJANAN POPULAR HALAL KHAS BANDUNG PADA GENERASI  
MILENIAL**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



**Caria Ningsih, M.Si., Ph.D**  
**NIP.19800131.200812.1.002**

Pembimbing 2



**Sylvia Meilany, S.Pd., MM.**  
**NIP.**

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



**Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par**

**NIP. 19700320 200812 2 001**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL dan KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**” ini sepenuhnya adalah karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang plagiat dari karya orang lain dan saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

Desviola Salsabila Aurel Syahra

NIM. 1601691

**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL,  
KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI  
JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**

Oleh

Desviola Salsabila Aurel Syahra

1601691

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan faktor-faktor minat beli generasi milenial terhadap jajanan populer halal khas Bandung. Faktor-faktor yang diuji adalah kesadaran halal, sertifikasi halal, dan kepercayaan kepada penjual. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, melalui penyebaran angket kepada 100 responden. Populasi yang digunakan adalah para konsumen yang pernah mengonsumsi dan membeli jajanan populer khas Bandung di wilayah Cibeunying. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Hasil penelitian ini secara parsial terdapat dua faktor yang berpengaruh signifikan yaitu kesadaran halal dan sertifikasi halal. Secara simultan ketiga faktor yang mempengaruhi minat beli generasi milenial terhadap jajanan populer khas Bandung berpengaruh secara signifikan. Tingkat kesadaran halal, kepercayaan terhadap sertifikasi halal dan juga kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli sangat tinggi dilihat dari garis kontinum. Saran bagi para produsen makanan diharapkan mempertimbangkan faktor-faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yakni kesadaran halal, sertifikasi halal dan kepercayaan kepada penjual. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan melakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang sudah diteliti dalam minat beli makanan maupun menambahkan faktor-faktor lain yang belum diteliti oleh penulis karena pengaruh variabel yang diteliti sebesar 73,7% dan 26,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, Kepercayaan pada Penjual, Minat Beli.

**THE INFLUENCE OF HALAL AWARENESS, HALAL CERTIFICATION  
AND TRUST IN THE SELLER ON PURCHASE INTENTION OF  
TYPICAL SNACKS PRODUCT IN BANDUNG**

By

Desviola Salsabila Aurel Syahra

1601691

***Abstract***

*The purpose of this research is to determine how much influence halal awareness, halal certification and trust in seller on purchase intention typical halal snacks product among millennial generations in Bandung. Three factors affecting halal awareness that has been tested are halal awareness, halal certification and trust in seller. The data were collected through a questionnaire survey of 100 millennials who have bought typical halal snacks food in Cibeunying. Sampling technique was used purposive method. The result of this research two variables that partially significant with the only one variable that's not partially significant is trust in seller but all of variables (halal awareness, halal certification and trust in seller) are simultaneously significant toward purchase intention millennial generations of typical halal snacks product. The level of halal awareness, trust in halal certification and also trust in sellers of buying interest is very high seen from the continuum line. Advice for culinary institutions and entrepreneurs are expected to consider the factors that have been researched in this study, namely halal awareness, halal certification and trust in sellers. for the next research to examine other factors that have not been studied in this study due to the influence of variables studied by 73,7% while the remaining 26,7% other variables not examined in this study.*

**Keyword:** *Halal Awareness, Halal Certification, Trust in Seller, Purchase Intention.*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i2
<b>Abstrak</b> .....	5
<i>Abstract</i> .....	6
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	7
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 2 KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pariwisata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Pengertian Pariwisata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Fungsi dan Tujuan Kepariwisataaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.3 Jenis-jenis Produk Pariwisata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.4 Wisata Gastronomi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Generasi Milenial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1 Pengertian Generasi Milenial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2 Karakteristik Perilaku Generasi Milenial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3 Jajanan Khas Populer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3.1 Jajanan Khas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3.2 Produk Populer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4 Makanan Halal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4.1 Tinjauan Khusus Makanan Halal .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4.2 Dasar Hukum Makanan Halal ( <i>Halal Food</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4.3 Syarat dan Kriteria Makanan dan Minuman Halal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4.4 Konsep Kesadaran Halal .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.4.5 Indikator Kesadaran Halal .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.5.1 Keyakinan Agama .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.5.2 <i>Exposure</i> (Pengetahuan).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.5.3 Alasan Kesehatan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5 Sertifikasi Halal .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6 Kepercayaan kepada Penjual.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7 Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7.1 Indikator Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Operasionaliasasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1 Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Instrumen Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1 Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2 Uji Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9 Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10 Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10.1 Analisis Kolerasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10.2 Analisis Regresi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10.3 Uji Koefisiensi Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11 Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11.1 Uji T (Parsial).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11.2 Uji F (Simultan).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	

Desviola Salsabila Aurel Syahra, 2020

**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL, KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**  
Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



4.2 Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Karakteristik berdasarkan Domisili .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3 Karakteristik berdasarkan Usia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.7 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kesadaran halal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap sertifikasi halal .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kepercayaan kepada penjual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap minat beli .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6 Uji Koefisiensi Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7 Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). a Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang. *4Th International Conference on Business and Economic Research Proceeding*, (March), 1073–1087.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(September 2012), 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Anoraga, P. (2010). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). Thomson Learning.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Badan Pusat Statistik. (2018). Statistik Wisatawan Nusantara 2018. In *Katalog BPS*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2011). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama, Desviola Salsabila Aurel Syahra, 2020*  
**PENGARUH KESADARAN HALAL, SERTIFIKASI HALAL, KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL TERHADAP MINAT BELI JAJANAN POPULAR KHAS BANDUNG PADA GENERASI MILENIAL**  
Universitas Pendidikan Indonesia | [Repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung 2011-2016*.
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2006). *Muslim consumer's motivations towards meat consumption in Belgium : qualitative exploratory insights from means-end chain analysis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/aof.90>
- Butarbutar, & Agresta, O. (2005). Skripsi Gizi Kesehatan Masyarakat:FKM. *Pemenuhan Kebutuhan Energi Dan Protein Yang Bersumber Dari Makanan Jajanan Dihubungkan Dengan Status Gizi Anak Sekolah Dasar (SD) Negeri No. 060923 Simpang Marindal Medan Tahun 2005*, 1–12.
- Darsono, I. I. (2008). *Hubungan perceived service quality dan loyalitas: Peran trust dan satisfaction sebagai mediator*.
- Dittmer, P. R., & Keefe, J. D. (2008). *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Control* (9th Editio). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Fellows, P., & Hilmi, M. (2019). *Selling Street and Snacks Food*. Rome: FAO.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, I. N. (2019). *Media Promosi Yang Ramah Wisatawan Milenial*. 13(2), 1–23.
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hidayat, A. (2018). Metode Pendidikan Islam Untuk Generasi Millennial. *Penelitian*, 10(1), 55–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21093/fj.v%vi%i.1184>

- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiawan, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Students E-Journal*, 1(1), 19. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1241/pdf>
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- ITB. (2017). *ITB World Travel Trends Report Prepared By Ipk International On Behalf Of Itb Berlin- The World Leading Trade Show*.
- Johnstone, R. L. (1975). *Religion and Society in Interaction : The Sociology of Religion*. Prentice-Hall. Prentice Hall.
- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (1997). *CONSUMER BEHAVIOR*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kementerian Pariwisata Indonesia. (2017). *Data Kunjungan Wisatawan 2017*. Jakarta: KEMENPAR.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Phillips, & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kupperschmidt, B. (2000). *Multigeneration employees: strategies for effective management*. (The Health Care Manager), 65–76.
- Malhotra, N. (2010). *Marketing Research : An Applied Orientation* (Sixth Edit). Pearson Education.
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). *The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site : a trust building model*. 11, 297–323.
- Muljadi, A. ., & Warman, A. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan* (Revisi 1). Jakarta: Rajawali Pers.
- Neolaka, A. (2016). *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: Rosda Karya.
- Ningsih, C., & Sudono, A. (2016). The competitiveness of Indonesian tourism industry in facing ASEAN economic community (AEC). *Heritage, Culture*

*and Society: Research Agenda and Best Practices in the Hospitality and Tourism Industry - Proceedings of the 3rd International Hospitality and Tourism Conference, IHTC 2016 and 2nd International Seminar on Tourism, ISOT 2016.* <https://doi.org/10.1201/9781315386980-65>

Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Purchase Intention. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31. <https://doi.org/10.4314/jfas.v9i5s.55>

Octaviawati, D. S. (2018). *KESADARAN HALAL, KEYAKINAN AGAMA, DAN PERSEPSI PRIBADI TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK HALAL.*

Organization, F. and A. (2007). Ensuring quality and safety of street foods. *Food and Agriculture Organization.*

Pambudi, B. G. (2018). *PENGARUH KESADARAN HALAL DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN.*

Parhan, M., & Ismail, R. (2015). Understanding the level of halal awareness among muslim and non-muslim young consumers in Malaysia. *Proceedings of Symposium on Technology Management and Logistics (STMLGoGreen)*, (December), 41–50.

Pitana, I. G., & Diatra, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Adi.

Plank, R. E., Reid, D. A., & Pullins, E. B. (1999). Perceived Trust in Business to Business Sales: A New Measure. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, XIX.

Rice, R. (1993). Health Claims on Food Supplement Labels. *Journal of British Food*, 95(3), 21–14.

Richards, G. (2011). The economic impact of youth travel. *WYSE Travel Confederation/UNWTO The Power of Youth Travel*, (March 2009), 7–8.

Riduwan, A. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisa Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rotter, J. (1967). *A new scale for the measurement of interpersonal trust*. (Journal of Personality). Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x>
- Sagala, E. D., Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Analysis Of Influence Of Tourism And Branding Perceptions On Purchase Decisions (Study conducted in Chinatown as Halal Gastronomy in the City of Bandung). *Gastronomy Tourism Journal*, 5(2), 56–69.
- Salman, F., & Siddiqui, K. (2011). An exploratory study for measuring consumers awareness and perceptions towards halal food in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(2), 639–651.
- Sessa, V., Kabacoff, R., Deal, J., & Brown, H. (2007). *Generation Differences in Leader Values and Leadership Behaviors*. (The Psychologist-Manager Journal), 47–74.
- Setiawan, B., Trisdyani, N. L. P., Adnyana, P. P., Adnyana, I. N., Wiweka, K., & Wulandani, H. R. (2018). The Profile and Behaviour of ‘Digital Tourists’ When Making Decisions Concerning Travelling Case Study: Generation Z in South Jakarta. *Advances in Research*, 17(2), 1–13. <https://doi.org/10.9734/air/2018/43872>
- Shaari, J. A. N., & Arifin, N. S. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444–456.
- Simmons, J. A. (1994). *The Lockean Theory of Rights*. Princeton University Press.
- Soekarto, T. S. (1990). *Penelitian Organoleptik untuk industri pangan dan hasil pertanian*. Jakarta: Bhatara Aksara.

- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Asia Afrika.
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2010). *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. UPI.
- Tjahyadi, R. A. (2006). *BRAND TRUST DALAM KONTEKS LOYALITAS MEREK : PERAN KARAKTERISTIK MEREK , KARAKTERISTIK PERUSAHAAN , DAN KARAKTERISTIK HUBUNGAN*. 6(1), 65–78.
- Troksa, L. (2016). *The Study of Generations : A Timeless Notion within a Contemporary Context*.
- Tunggarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- UNWTO. (2007). *International Tourism*.
- UNWTO. (2016). *Global Report on The Power of Youth Travel- Volume thirteen*.
- Waskito, D. (2015). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. *Uny*, 1, 1–12. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Widagdo, P. (2015). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Awareness Masyarakat Muslim Kota Bogor Terhadap Produk Olahan Pangan Halal*.
- Windisukma, D. K. (2015). *Pengaruh kesadaran halal terhadap sikap dan implikasinya terhadap minat beli ulang*.
- Wiweka, K., Wachyuni, S. S., Rini, N. A., Adnyana, I. N., & Adnyana, P. P. (2019). *PERILAKU BERWISATA WISATAWAN GENERASI MILENIAL DI JAKARTA*

*PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4 . 4(3), 313–334.*

Yanggo, H. T. (2013). Makanan dan Minuman dalam Perspektif Hukum Islam. *Tahkim*, 9, 7. Retrieved from file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/72-280-1-PB.pdf

#### **SUMBER LAIN**

Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 145.

Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 173.

Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 88.

LPPOM MUI Tentang Keputusan Fatwa Tentang Penetapan Produk Halal  
Tahun 2009

Undang-Undang Republik Indonesia No 9 tahun 2009

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Data Bandung Go <http://data.bandung.go.id/dataset/data-spasial-sub-wilayah-kota-bandung>( Diakses 23 Agustus 2020)