

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Rokfatul. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Keyakinan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang”. *Skripsi*. Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang. 2017
- Alfian, Ian dan Muslim Marpaung. “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan”. *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, (2017), 122-145. 2017
- Andriansyah, Yusuf, Rois Arifin dan Afi Rachmat S. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)”. *eJurnal Riset Manajemen*, Fakultas Ekonomi Unisma, Malang, (2017), 98-112. 2017
- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2002
- Anonymus. *Kumpulan Hadist Riyadush Shalihin*, https://archive.org/stream/Kumpulan_Hadist_Riyadush_Sh_alihin/RiyadhusShalihinIndonesiaEdition_djvu.txt. Diakses pada 23 Februari 2021
- Apriyantono, Anton, Joko Hermanianto dan Nur Wahid. *Pedoman Produksi Pangan Halal*. Jakarta: Khairul Bayan Press. 2007
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006
- Azwar, Syaifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2002
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum: Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press. 2011
- Edris, Mochamad. “Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus)”. *Jurnal Analisis Manajemen*

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, Vol. 2, Sep (2009)

Ferrinadewi, Erna. *Merk dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.

FR, Yahya (Redaksi IB). *Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia*. <https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>. Diakses pada tanggal 08 April 2020

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2015

Haryanti, Anita. “Pengaruh Label Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Sarden ABC di Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi”. *Skripsi*. Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, Jambi. 2020

Hasan, KN. Sofian. “Kepastian Hukum Sertifikasi dan labelisasi Halal Produk Pangan”, *Jurnal Dinamika Hukum* No. 2/Mei (2014). 2014

Ismanto. *Statistika untuk Penelitian Pendidikan*. Kudus: Nora. 2011

Kamilah, Ghina dan Aniek Wahyuati. 2017. “Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 6, No.2, Febuari (2017), 1-18.

Kapferer, Jean Noel. *The New Strategic Brand Management 4th Ed*. Philadelphia: Kogan. 2008

Keller, Kevin Lane. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pretince Hall Inc. 2008

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. *Making Indonesia 4.0*. Jakarta: Kemenperin, 7-8. 2018

Kotler, Philip. *Principles of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education 2012

----- dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2006

----- dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, terj. Bob Sabran, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Indeks. 2007

- Marketing Management. Edisi Milenium*. New Jersey: Prentice Hall Intl Inc. 2008
- , Bowen & James Makens. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Prenhallindo. 2003
- Kurniasari, Nova Dhita. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang. 2013
- Lestari, Dwi. “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji Rocket Chicken di Kota Salatiga”. *Skripsi*. Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga. 2020
- LPPOM MUI. *Dokumen HAS 23000 Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)*. <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/persyaratan-sertifikasi-halal-mui>. 2015
- Mahardhika, Lorenzo Anugrah. “Pemerintah Terus Genjot Kinerja UMKM”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191219/9/1182954/pemerintah-terus-genjot-kinerja-umkm>. Diakses pada 13 Maret 2020.
- Majalah SWA Online. *Rocket Chicken, Terus Meroket dengan Kemitraan*. <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/rocket-chicken-terus-meroket-dengan-kemitraan>. Dikases pada 23 Juni 2020. 2020
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 2002
- Marwanto, Aris. *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis. 2015
- Murdick, Robert G., Joel E. Ross, Claggett. *Service Operation Management*. Massachuset: A Division of Simon & Schiser Inc. 2001
- Musay, F. “Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 3(2), Sept (2013). 2013
- Oktaviani, Nicky. “Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor

- (Masyarakat Muslim Kota Metro)". *Skripsi*. Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, Lampung. 2019
- Pramudyo, Anung. "Pengaruh Citra Merk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening", *Journal BMA* Vol.1, No.1, Agustus (2012). 2012
- Pratama, A. A. "Pengaruh Atribut Produk dan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Universitas Brawijaya Malang)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang. 2015
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. "Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal", *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 2(1) (2019): 68-77. 2019
- Rangkuti, Freddy. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Cet Ke-2. Jakarta: PT. Gramedia. 2008
- Ruslan, Rosadi. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sulastiyono, Agus. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Suma, Amin. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing. 2008
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty. 2007
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2015
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. . 2013
- Swastha, Basu. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty. 1996
- Tarigan, Eka Dewi Setia. "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

- Universitas Medan”. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* No. 1/ November (2016). 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management dan Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.
- Warto dan Zainal Arif. “Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan, Problematika dan Solusinya”, *Jurnal al-Ulum*, Vol. 20 (1): 274 -294. 2020
- Wibowo, Dwi Edi dan Benny Diah Mandusari. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan”. *Indonesian Journal of Halal* ISSN: 2623-162X (2013), 73-77. 2013
- Wirawan, Edwin Muhammad dan Imroatul Khasanah. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Chicken Nugget Fiesta di Kota Semarang)”, *Diponegoro Journal of Management* Vol. 5, No. 4, (2016), 1-10 2016

