

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Eri dan Sujana. 2013. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Produk Wall's Conello, *JIMKES, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 1 No. 2, pp. 169-178.
- Alma, Buchari dan Donni Juni. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah* Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati, Miki, Sunarti dan Mukhammad Kholid Mawardi. 2015. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25 No. 1, hal. 1-7.
- Aminuddin. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, Vol. 5. No. 2, hal. 34-39.
- Apriliani, Ike dan Muhammad Edwar. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 1, hal. 1-20.
- Aspan, Henry, Iskandar Muda Sipayung dan Ade Putri Muharrami. 2017. The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, Vol. 1, No. 1, hal. 55-66.
- Asrina dan Lince Bulutoding. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik di Kota Makassar (Studi Kasus pada Giant Supermarket Alauddin). *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1 No. 2, hal. 1-14.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin dan Muhammad Rizal. 2017. Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6, No.2, hal. 729-738.
- Burhanuddin. 2012. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Cahyani, Khoiriyah Indra dan Endang Sutrasnawati. 2016. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, Vol. 5 No. 4, hal. 281-288.
- Dewi, Ike Janita. 2009. *Creating and Sustaining Brand Equity*. Yogyakarta: Amara Books.

- Dewi, Septi Nuryani, Dede Oktini dan Nina Maharani. 2017. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Sepatu Bata (Suatu Survey Konsumen Sepatu Bata di Festival Citylink Bandung).
- Dimas. 2011. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 1, hal. 12-18.
- Durianto. 2017. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Foster, Bob. 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2 No. 1, hal. 1-11.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: BP UNDIP.
- Hakim, Arif Rachman. 2017. Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 3 No. 2, hal. 480-485.
- Hansory, Meyer Fossetta dan Diah Dharmayanti, 2014. Pengaruh *Experience Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Perceived Value* dan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening di De Soematra 1910 Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, hal. 54-59.
- Harahap, Mutiara Rinda Sadly. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Perempuan Muslim di Kota Medan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. *Appendixs*.
- Huda, Nurul. 2014. Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Keputusan dalam Membeli Mobil Merek Honda Jazz (pada PT. AristaAuto Prima Cabang Pekanbaru). *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1 No. 4, hal 5-18.
- 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, hal. 1-17.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan. 2014. Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Soto Angkring “Mas Boed” Spesial Ayam Kampung Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1 No. 2, hal. 1-16.
- Lusiah dan Lorensia Tasya Halim. 2017. The Effect of Endorsement and Brand Image on Purchase Decision of Online Culinary Product. *Jurnal Ekonomi*, Vol, 46 No. 2, hal. 530-533.
- Maghfiroh, As'alul, Zainul Arifin dan Sunarti. 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 40 No.1, hal. 132-140.
- Mahfudz, Nilla Wijayasari. 2018. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 7, Nomor 2, hal. 1-9.
- Mehta, A.J. 2017. *Hydraulic Behaviour of Fine Sediment. Coastal, Estuarial and Harbour Engineer's Reference Book*, London: Chapman and Hall.
- Mowen, John dan Minor. 2017. *Perilaku Konsumen*, Alih bahasa oleh Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.
- Mr.Rows. 2011. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPH Karawaci). *Jurnal Riset Bisnis*, Vol. 1 No. 4, hal 1-20.
- Muzhar, Ahmad, Budi Santoso dan Rusdan. 2018. The Effect of Halal Label on Brand Image and Its Impact on Consumers' Purchasing Decisions. *The International Journal Of Business & Management*, Vol. 6 No. 2, hal. 171-180.
- Negara, Ngurah Dianta Esa, Zainul Arifin dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61 No. 2, hal. 202-208.
- Niswah, Farokhah. 2016. Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik oleh Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 2, hal. 3-20.
- Novansa, Hafizh dan Hapzl Ali. 2017. Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia

SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, Vo. 2 No. 8, hal. 621-632.

Nugraha, Ranu, M. Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 50 No. 5, hal. 113-119.

Nurchahyo, Agung dan Herry Hudrasyah. 2017. The Influence Of Halal Awareness, Halal Certification, And Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study Of Instant Noodle Consumption Of College Student In Bandung. *Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 1, hal. 21-31.

Prasetya, Ermawan Galih, Edy Yulianto dan Sunarti. 2018. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 62 No. 2, hal. 214-219.

Rahmawati, Vivi. 2014. Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal UDINUS*, Vo. 1 No. 3, hal. 1-20.

Rahmawati. 2017. Pengaruh Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2, No. 4, hal. 143-150.

Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya,

Sari, Dewi Kurnia dan Ilyda Sudardjat. 2013. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No.4.

Simamora, Bilson. 2015. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Slameto. 2017. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Solihin, Ismail. 2017. *Kamus Pemasaran, Cetakan ke Satu*. Bandung: Pustaka.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Suleman, Nursaban Rommy dan Nur. 2018. Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *OSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Vol. 20 No. 8. Hal. 76-81.
- Sunaryo dan Achmad Sudiro. 2017. The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal logo and Religious beliefs on Halal Food in Malang Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 1, hal. 54-62.
- Tjiptono. 2014. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Umar, Husein. 2017. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wibowo, Dwi Edi dan Benny Diah Mandusari. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, Vol. 1 No. 2, hal. 73-77.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2019. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Pembelian Kosmetik melalui Variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 2, Nomor 2, hal. 75-95.
- Yusuf, Al-Qaradhawi. 2012. *Fatwa-fatwa Kotemporer jilid 3*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zainal, Veithzal Rivai, dkk. 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.