

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinah, Fedianty dan Krityan Dwijosusilo. 2018. Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya). *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol.5, No.1, Agustus 2018, 49-59.
- Ajzen, Icek. 1988. Attitudes, personality, and behavior. Milton Keynes: *Open University Press dan Chicago*, IL: Dorsey Press.
- _____. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- _____. 2005. Attitudes, Personality and Behavior. New York. USA: *Open University Press*.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: Era Adicitra Intermedia.
- Alim, Shilachul Alfinul et.al. Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 62 No. 1 September 2018.
- Anandita, Florentinus Bigar dan Sumarno Dwi. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15 No 2 Juni 2015: 203 – 210.
- Ancok, Jamaludin dan Fuad Anshari Suroso.1995, Psikologi Islam : Solusi Islam Atas Problema-Problema Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anto, M.B.Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Astogini, D. dkk. 2011. Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan). *JEBA*, Vol.13, No.1, Maret 2011.
- Ayuniyah, Qurroh et.al. 2017. Factors Affecting Consumers' Decision in Purchasing MUI Halal-Certified Food Products. *Tazkia Islamic Finance and Business Revie*. Vol. 10.2.
- Bnu, Nusrai et.al. 2018. Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*. Vol. 20.

Deisy, Malonda et.al., 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di It Center Manado. *EMBA*, Vol.6 No.4 September.

Fahmi, Syaifuddin. 2017. Halal labeling effect on muslim consumers attitude and behavior. *Atlantis Press*, Vol. 131.

Fatmawati, Nurul. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 10. No. 1, April 2017.

Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

Fishbein, M. & I. Ajzen (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior. *Reading, Mass.:* Addison-Wesley.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawijaya, Rahmat. 2017. Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah*–Vol. 13, No. 1, April 2017.

<http://www.halalmui.org/newMUI/20Juli2019.pkl.10.05>

<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/13/09/30/mtu3dv-omset-waroeng-naik-tajam-setelah-bersertifikat-halal/30Agustus2019.pkl.16.00>

<https://www.waroengsteakandshake.com/29Oktober2019.pkl.11.00>

Kahf, Monzer. 2005. *Ekonomi Islam (Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. I *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1251-1259.

- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 6. Terjemahan: Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- M, Hayyat. et.al. 2015. Factors Affecting Halal Purchase Intention – Evidence From Pakistan’s Halal Food Sector. *Management Research Review*. Vol. 38, No. 6.
- Mannan, M.Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Mas’ud, Fuad. 2014. *Survai Diagnosis Operasional : Konsep dan Aplikasi*. Semarang: BP UNDIP.
- Mas’ud, Fuad. 2017. *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: UNDIP Press.
- Miller, O. A. (1956). The magical number seven plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63, 8 197.
- Muhammad, Muflih. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Muharam, Wifky dan Euis Soliha. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call Papers*. Unisbank, 2017.
- Muslim Pro 2016.

- Mutiara, S. Pangabean, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mutmainah, Lu'liyatul. 2018. The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*. Vol. 1, No. 1&2.
- Nailul, Muhammad. 2016. Pengaruh Tingkat Religiusitas, Dan Brand Liking Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Sertifikat Mui Dengan Sikap Terhadap Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Nurchahyo, Agung and 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.
- Pujiyono, Arif. 2006. Teori Konsumsi Muslim. *Dinamika Pembangunan*. Vol. 3, No. 2, Desember 2006, Hal. 196-207.
- Rakhmawati, Frety. 2016. Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hokahoka Bento Di Mall Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Purworejo*.
- Rohman, Abdur. 2012. Konsep Kebutuhan dan Keinginan Imamal-Ghazali. *Edu-Islamika*. Vol. 4, No. 01, Maret 2012.
- Santoso, Imam. 2016. Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 15(1).
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, Kurnia Dewi 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, Maret 2013.
- Setia, Eka Dewi. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3 No. 1, November 2016.

- Setiadi, Nugroho, J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: KENCANA.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Sofyan, KN. 2014. Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*. Vol. 14, No. 2.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani, T. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Johnson, L.W. (1999). The role of perceived risk in the quality value relationship: a study in a retail environment. *Journal of Retailing*, 75(1), 77-105.
- Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46 (2), pp. 186–204.
- Yuliana. (2004). Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control pada Intensi Pindah Kerja pada Pekerja Teknologi Informasi. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 6, 1-18.
- Zeithami, Valerie A. 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. Vol 52. July.