

## DAFTAR PUSTAKA

- Almizan, S. (2018). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam.
- Al-Qardhawi, M. Y. (1980). *Halal wal Haram fil Islam Terj. Mu'ammal Hamidy Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: PT. BINA ILMU.
- Amir, A. (2016). Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan). *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 73-88.
- Anam, K. (2015). *Pembelajaran Berbasis Inkuiri Model dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, J. (2007). *Fiqih Perlindungan Konsumen*. Semarang: Rasail.
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*. *Jeba*, 1-8.
- B, M. Y. (1986). *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*. Jakarta: Gramedia.
- Bagyono, L. O. (2001). *Dasar-Dasar Housekeeping & Laundry Hotel*. Yogyakarta: Adi Cita Karya Nusa.
- Bakri, A. J. (1996). *Konsep Maqaashidi Syari'ah Menurut Al-Syatibi*. Jakarta: Rajawali Press.
- BPS. (2010). *Badan Pusat Statistika*. Retrieved from Persentase Populasi Berdasarkan Agama yang dianut: <https://pkub.kemenag.go.id/files/pkub/file/file/Data/zuqi1368036766.pdf>.
- BPS. (2017). *Badan Pusat Statistika*. Diambil kembali dari Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Agama yang Dianut: <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2017/08/09/83/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-agama-di-kota-semarang-hasil-sp2010-.html>
- Chaniago. (2002). *Startegi Memajukan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Pustaka.
- Chapra, U. (2000). *Sistem Moneter Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Dimiyati, & Mudjiono. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Disdukcapil. (2018). *Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil*. Retrieved from Jumlah Penduduk Kota Semarang:

<http://www.dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik/jumlah-penduduk-kota-semarang/2018-12-02>.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1996). *Perilaku Konsumen. Alih Bahasa: F. X. Budiyanto, Jilid II*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Firdaus, M., Harmini, & M.A, F. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Giddens, A. (2010). *Teori Strukturasi: Dasar-dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Glock, Y. &. (1968). *The Nature of Religious*. American Piety.
- Handoko, H. (1999). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Hanim Yusuf, A. A., & Salwa Ahmad Bustamam, U. (2016). Hanim Yusuf, A., Abdul Shukor Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(3), 247-251.
- Harmaniar, N. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Demografi terhadap Keputusan Membeli Smartphone Blackberry. *Tazkiya Journal of Psychology*, 117-128.
- Hasrul Azwar, H., Muhammad Dharma, T. P., & Fauziah, A. (2017). The Effect of Halal Label , Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary*, 140-147.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 11th edition*. McGraw-Hill: Irwin.
- Hill, C. W. (2004). *Global Business Today International Edition*. New York: McGraw Hill-Irwin.
- Hisrich, R. D. (2008). *Entrepreneurship Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Salemba Barat.
- Ismail, W. (2010). Korelasi Antara Religiusitas Dan Aplikasi Konseling Dengan Perilaku Penyalahgunaan Narkoba Siswa Sma Negeri Di Makassar. *Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 121-133.
- Karim, A. A. (2012). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9*. Bandung: Mizan.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. (4th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.

- Kistanto, N. H. (2011). *Sistem Sosial-Budaya Indonesia*. Fakultas Sastra Universitas Diponegoro, 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mas'ud, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: Undip Press.
- Moeliono, A. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Monroe, A. C. (2005). Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical. *Industrial Marketing Management (12)* , 841-847.
- Moss, D. C. (2009). New Perspectives on Regulation. *In Tobin Project Website*.
- Mubarak. (2007). *Promosi Kesehatan Sebuah Pengamatan Proses Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad. (2004). *Muhammad*. Yogyakarta: BPE UGM Yogyakarta.
- Nawar, A. (2002). *Psikologi Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Nooh, M., Nawai, N., & Mohd Dali, N. R. (2007). Halal branding: An exploratory research among consumers in Malaysia. *UNITEN International Business Management*.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2009). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurfitria, N., & Hidayati, D. R. (2011). Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang). *E-Journal Undip*, 1-28.
- Nurul Cholidiyah, R. A. (2018). Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 5.
- Pariwisata, K. (1987). *Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel*. Jakarta: Kementrian Pariwisata.
- Pasay, A. I., & Sugiharso. (2008). *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Analisis Produksi Terapan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Perwani, Y. S. (1993). *Teori dan Petunjuk Praktek Housekeeping untuk Akademi Perhotelan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pratiwi, E. K. (2017). Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta (Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016) . *CAKRAWALA: Jurnal Studi Islam, Vol. XII, No. 1*.

- Rahmat, J. (1986). *Islam Alternatif*. Bandung.
- Rahmat, J. (1996). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 138-153.
- Rivai, V., & Sagala, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rogers, M. E. (2003). *Diffusion of Innovation 5th Edition*. New York: Free Press.
- Rosyid, S. (2009). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali.
- Saaty, T. L. (1991). *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hierarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Saaty, T. L. (1994). Fundamentals of Decision Making and Priority with Analytic Hierarchy Process. *Journal, Vol. VI of the AHP Series*, Pittsburgh, USA.
- Saaty, T. L. (2008). Decision Making with The Analytic Hierarchy Process. *Int. Journal Services Sciences, Vol. 1, No. 1, -*.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Karya Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2001). *Consumer Behavior. Seven Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6, Buku 1, Cetakan kedua*. Jakarta: Karya Salemba Empat.
- Separsa Kusuma, I., & Suparna, G. (2015). Peran Gaya Hidup Dalam Memediasi Pengaruh Demografi Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Vespa Piaggio. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2110-2124.
- Siddiqi, M. N. (1991). *The Economic Enterprise in Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sucipto, H., & Andayani, F. (2014). *Wisata Syariah: Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya*. Jakarta: PT. Grafindo Media Pratama.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugianto, E. (2000). *Hotel Front Office Administration, Administrasi Kantor Depan Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). the Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law*.
- Sulastiyono, A. (1999). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tantowi, A. (2009). *Hakikat Religiusitas*. Retrieved from: <http://sumsel.kemenag.go.id/file/dokumen/hakekat%20religiusitas.pdf>2012.
- Waluyo, W. (2013). *Pengaruh Pemahaman Agama, Motivasi Mendapatkan Profit Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul*. Retrieved from: *Inferensi*, 7(1), 75. <https://doi.org/10.18326/infl3.v7i1.75-98>.
- Winardi. (2007). *Manajemen Perilaku Organisasi, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yuswohady. (2014). *Marketing Of The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zein, S. E. (2005). *Ushul Fiqh*. Jakarta: Kencana.