

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Ambali, A. R., dan Bakar, A. N. 2014. People's Awareness on Halal Foods and Products: *Procedia Sosial and Behavioral Science*, vol. 121, hal. 3-25.
- Amin, Ma'ruf. 2005. "Fatwa Halal Produk Makanan, Minuman, Obat Kosmetika, dan Produk Lainnya", Makalah, disampaikan dalam acara *Pelatihan Auditor Halal* yang diselenggarakan oleh LPOOM MUI, di Jakarta, pada tanggal 6-7 April 2005.
- Anto, H. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Apriyantono, A. 2005. *Makanan dan Minuman Halal: Kaitan antara Syar'i, Teknologi, dan Sertifikasi*. Bandung: Kiblat Buku Utama.
- Ayuniyyah, Q., Didin H., dan Hambari. 2017. Factors Affecting Consumers' Decision in Purchasing MUI Halal-Certified Food Products. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*. Vol.10 No.2, 122-143.
- Aziz, Y.A. dan N.V. Chok. 2013. The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslim in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Internasional Food and Agribusiness Marketing*, 25: 1-23, Januari 2013. ISSN: 0897-4438.
- Azwar, S. 2012. *Sikap Manusia : Skala dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Borzooei, M. dan Maryam Asgari. 2013. The Halal Brand Personality and Its Effect on Purchase Intention. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 5(3): 481-491.
- Burhanuddin. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang (ID): UIN Maliki.
- Daft, R. L. 2013. *Era Baru Manajemen*. Edisi 9, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Departemen Kesehatan. (2009). *Sistem Kesehatan Nasional*. <https://www.depkes.go.id/>, diakses pada 20 Januari 2020 jam 23:17.
- Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam. 2015. <http://simbi.kemenag.go.id/halal/assets/collections/newsletter/files/55642c827e6ac.pdf>, diakses pada 19 Januari 2020 jam 21:12.
- Endah, N.H. 2014. Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* Vol.22 No.1, 2014. 11-25.

- Engel, J.F., Roger D.B., dan Paul W.M. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam Jilid 1. Alih Bahasa F.X. Budiyanto. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Undip Press.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Global Pathfinder Report. 2011. http://publications.gc.ca/site/archivee-archived.html?url=http://publications.gc.ca/collections/collection_2011/agr/A74-1-4-2011-eng.pdf, diakses pada 22 Oktober 2019 jam 17:42.
- Halal MUI. 2020. <http://halalmui.org/mui14/>, diakses pada 19 Januari 2020 jam 15:06.
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 tahun 2001 tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal <https://kemenag.go.id/file/file/ProdukHukum/qlks1357615606.pdf> diakses pada 22 Januari 2020 jam 00:46.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan http://jdih.pom.go.id/produk/Keputusan%20Menteri/20_1996_82-Menkes-SK-I-1996_ok_kelar_pangan.pdf, diakses pada 22 Januari 2020 jam 22:40.
- Khoerunnisa, Tiara., Sunaryo, dan Astrid Puspaningrum. 2016. Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 3 No. 9.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelima Jilid 1. Alih Bahasa Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing (14 Edition)*. Inggris: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *A Framework for Marketing Management*. Global Edition. Pearson Education Limited, 6 Edition.
- Kusmayadi, Taruna K. 2012. Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Selasa, 7 Agustus 2012. <https://kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>, diakses pada 22 Oktober 22:18.
- Lamb, Hair dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku1 edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

- LPPOM MUI. 2017. www.e-lppommui.org, diakses pada 19 Januari 2020 jam 21:25.
- LPPOM MUI. 2019. <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui-indonesia-2012-2019> , diakses pada 18 Januari 2020 jam 17:58.
- Mannan, M. A. 1993. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*. Alih Bahasa Pafat Arif Harahap. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Mariaji, W. dan Yuniati, T. 2014. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 3 No. 8.
- MUI. 2009. *Indonesian Halal Product Directory 2008-2009*. Jakarta: PT. Tribuana Cahya Ananta.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Nafali, M. dan D. Soepeno. 2016. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merek Indomie (Studi Kaus pada Mahaiswa FEB, FISIP, dan FPP Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA* Vol.4 No.4. Desember 2016. ISSN: 2303-1174. 984-992.
- Nasythi, L.N. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Berlabel Halal. *Undergraduate Thesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nofri, O. dan A. Hafifah. 2018. Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*. Vol.5 No.1, Januari-Juni 2018. ISSN-E: 2597-6990 ISSN-P: 2442-4951. 113-132.
- Noor, M.A.M., M.R. Moi, dan R.A. Kader. 2016. The Efficiency of Halal Processed Food Industry in Malaysia. *GJAT*. Juni 2016, Vol.6 No.1, ISSN : 2232-0474 E-ISSN : 2232-0482. 37-46.
- Nordin, D., R. Husain., A. Yulia., S.A. Basar dan M.F. Salleh. 2017. The Effect of Halal Certification on Financial Performance of Halal Food Companies in Malaysia. *Proceedings of UNISEL Bestari Research Projects 2016*, Ed(s): Setyawan Widyarto, et.al., Shah Alam: FIIT-UNISEL Publisher, ISBN: 978-983-3757-29-9. 121-127.
- Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life • Mapping the Global Muslim Population, October 2009. (<https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/7/2009/10/Muslimpopulation.pdf>, diakses pada 22 Oktober 2019 16:29).

- Pew Research Center on Religion & Public Life. 2011. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/02/02/2030-jumlah-penduduk-muslim-indonesia-dibawah-pakistan>, diakses pada 22 Oktober 2019 16:42.
- Prabowo. S., dan A.A. Rahman. 2016. Sertifikasi Halal Industri Pengelolaan Hasil Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol.34 No.1, Juli 2016: 57-70.
- Qardhawi, Y. 2000. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husein. Jakarta: Gema Insani.
- Rafiz, F. M. 2016. Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu: Studi pada Konsumen Kendaraan Daihatsu di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang, *Jurnal Ilmu Administrasi*, Universitas Brawijaya Malang, Vol. 39 No. 2.
- Rahman, M. A. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa. *In Assets*. Vol. 6, No. 1 Hal. 103-115.
- Rajagopal, S., Ramanan, S, Visvanathan, R., dan Satapathy, S. 2011. Halal certification: implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, vol. 2 no. 2, hal. 132-153.
- Reuters, Thomson. 2019. State of The Global Islamic Economy Report 2019/20. download: <https://ceif.iba.edu.pk/pdf/state-of-global-islamic-economy-report-2019-20.pdf> diakses pada 10 Februari 2020 jam 20:55.
- Rochmanto, B.A. dan I. Widiyanto. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius terhadap Sikap Konsumen dalam Niat Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol.4 No.1, Tahun 2015. ISSN: 2337-3792. 1-12.
- Sabiq, Sayyid. 2010. *Fiqh Sunah*. Jakarta Timur: Al-I'tishom.
- Schiffman, L. G.. dan Kanuk, L. L. 2007. *Consumer Behavior (9th edn)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2017. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Selcuk, Zehra Z. 2014. The Halal Food Industry In Oic Member Countries. Opportunities And Threats. Presentation, 9 *Dubai Internasional Food Safety Conference*, 11 November 2014.

- Shafie, S. dan Othman, M. N. 2006. Halal Certification: International Marketing Issues and Challenges. *Paper presented at the IFSA VII World Congress* Berlin, Germany.
- Sopa. 2013. *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia Studi atas Fatwa Halal MUI terhadap Produk Makanan, Obat-Obatan dan Kosmetika*. Jakarta: Gaung Persada Press Group (GP Press).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Teori Perilaku Konsumen dan Penerapan dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Swastha, D. B. dan Handoko, T. H. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Thalib, HA dan Ali, KAM. 2009. An Overview of The Malaysian Food Industry : Opportunity and Quality Aspects. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8 (5): 507-517.
- Tieman, Marco dan Maznah Che Ghazali, 2012. Principles in halal purchasing. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 4 Iss 3 hal. 281-293.
- Tieman, Marco. 2015. Halal clusters. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6 Iss 1.
- The Pew Forum on Religion & Public Life*, 2012. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia>, diakses pada 22 Oktober 2019 16:47.
- Verbeke, Win. Pieter Rutsaert. Karijin Bonne dan Iris Vermeir. 2013. Credence quality coordination and consumers' willingness-to-pay for certified halal labeled meat", *Meat Science*, Volume 95, Issue 4, Desember 2013, hal. 790-797.
- Wibowo, A.E. 2017. Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik yang Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol.4 No.2, Juli 2017, 101-112.
- World Halal Forum. 2013. http://www.worldhalalforum.org/whf_intro.html diakses pada 22 Oktober 2019 15:19.