

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, W. (2008). Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan. *Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*.
- Agama, D. (2003). *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggara Haji Departemen RI.
- Apriyantono, A., & Nurbowo. (2003). *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayan.
- Azhar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahasa, T. P. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Bulan, T. P. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan Volume 5 No.2 Fakultas Ekonomi Universitas Samudra .
- Burhanudin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Craig, C. S., & Douglas, S. P. (2006). Beyond National Culture: Implication of Cultural Dynamics for Consumer Research. *International Marketing Review*, Vol. 23, Iss. 3. 322-342.
- Ester, F., & Sudarsana, I. K. (n.d.). Peranan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen. *Artikel Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamisah. (2016). *Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kedaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan pada Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin*. Banjarmasin: IAIN Antasari Banjarmasin.
- Herliani, Y. (2016). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangkaraya*. Palangkaraya: IAIN Palangkaraya.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(12): 163-176.
- Kasiram, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: Maliki Press.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Kumparannews. (2017). <https://kumparan.com/@kumparanews/lppom-mui-3-varian-produk-green-samyang-sudah-halal>. Retrieved Februari 10, 2020, from <https://kumparan.com>: <https://kumparan.com/@kumparanews/lppom-mui-3-varian-produk-green-samyang-sudah-halal>
- Liputan6. (2017). <https://health.liputan6.com/read/3127356/ylki-waspada-mie-korea-mengandung-babi>. Retrieved Februari 09, 2020, from <https://health.liputan6.com>: <https://health.liputan6.com/read/3127356/ylki-waspada-mie-korea-mengandung-babi>
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Data Statistik SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Dinamika Pembangunan Vol.3 No.2*, 196-207.
- Rahman, R. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty Kecamatan Tamalate Kota Makassar*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, p-ISSN: 2614-6894.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex MediaKomputindo
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. USA: Pearson Education, Inc.
- Siregar, S. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siswanto, V. A. (2012). *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solomon, M. R. (1994). *Consumer Behavior*. USA: Paramount Publishing.

- Stankevich, A. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal of International Business Research and Marketing*, Vol 2, Issue 6. 8.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, & Hendrayadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2009). *Metode Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Kosmetik Wardah Outlet Wardah Griya Muslim An-Nis Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Widoyoko, S. E. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- www.halalmui.org
- www.statista.com
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.