

DAFTAR PUSTAKA

- al-Qardaqi, Y. (1960). *Al-Halalu wa al-Haramu fi al-Islam*. Lebabnon: Bairut.
- Apriyantono, A. (2003). *Panduan Belanja Dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayan Press.
- Apriyantono, A., Hermanianto, J., & Wahid, N. (2007). *Pedoman Produksi Pangan Halal*. Jakarta: Khairul Bayan Press.
- Burhanudin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2003). *Pedoman Produksi Halal*. Proyek Pembinaan Pangan Halal Direktorat jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- Geller, E. S. (2010). *The Pshychologi Of Safety Handbook*. Lewis Publiher.
- Goleman, D. (2005). *Emotional Intelligence Why it Can Matter More Than IQ*. Bantam.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hidayat, M. (2010). *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Jauhar, M. (2009). *Makanan Halal Menurut Islam*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nasution, M. E. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nurhayati, S. (2008). *Halalkah Makanan Anda?* Solo: PT. Aqwam Media Profetika.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Suma, M. A. (2008). *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Sunyoto, D. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuesioner Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, A. A. (2012). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci dalam Al-Qur'an*. Medan: Citapustaka Media Perintis.
- Tjiptono, F. (2016). *PEMASARAN Esensi dan Aplikasi*. CV. ANDY OFFSET.

Skripsi

- Anggraini, D. S. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PRroduk Makanan Iimpor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)*.

Jurnal

- Daniel Solomon, Kalaiyarasan. M. (2016). "Importance of Self Awareness in Adolescence – A Thematic Research Paper". *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*. 21(1), 20.
- Igbinovia, M. O. (2016). "Emotional Self Awareness and Information Literacy Competence as Correlates of Task Performance of Academic Library Personnel". *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 4.
- Malikah. (2013). Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam. *Jurnal Al-Ulum*, 13.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan*. 3(1).
- Sofian Hasan, KN. (2014). "Kepastian Hukum Sertifikasi dan labelisasi Halal Produk Pangan", *Jurnal Dinamika Hukum No. 2/Mei*.

Susanto, A. S. (2013). *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)*.
Jurnal JIBEKA. Universitas Ma Chung Malang.