

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Heryana, S. M. (2018). INFORMAN DAN PEMILIHAN INFORMAN DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Universitas Esa Unggul*, 8.
- Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Alma, Buchari. 1992. *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Angipora, Marinus. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Revisi. Cetakan Kedua*. Raja Grafindo, Jakarta.
- Armstrong, P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Assael, H. (2001). *Consumer behavior, sixth edition*. New York: Thomson Learning.
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*, 46.
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama, Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal, Jakarta, 2003
- Basu Swastha DH. (1984). *Azas-Azas Marketing, Edisi Ketiga*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Bimo Walgito. (2004). *Pengantar psikologi Umum*. Jakarta: Penerbit Andi
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. UIN-MALIKI PRESS, Malang.
- Busrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Agama R. (2003). *Petunjuk Teknis Pedoman Produksi Halal*. Jakarta.

Departemen Agama RI, Makanan Halal (Ketentuan Tentang Pangan Halal Dalam Islam dan Ketentuan Perundang-Undangan Lainnya), Jakarta.

Dermawan, A. A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SKIN CARE MELALUI OFFLINE DAN ONLINE. *Universitas Sumatera Utara Meda*, 24.

Elasrag, Hussein. (2016). *“Halal Industry: Key Challenges and Opportunities”*. MPRA Paper. No. 6963.

Eri, Agustina H, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.1 No.2,2013

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Faridah, Rif'atul. (2014). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Roti Han's di kota Kudus*,

<http://www.uin-antasari.ac.id/sejarah-uin-antasari>.

Husaini Usman dkk. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kotler, K. (2009) . *Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi.

Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Lamarto, Yohanes. (1984). *Fundamentals Of Marketing*. Jakarta: Erlangga.

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika (LP POM) Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Tengah.

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Tengah, Pedoman Untuk Memperoleh Sertifikat Halal.

- Mahemba, U. S. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 16.
- Miftah, Toha. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Miru, Ahmadi. (2007). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Moleong, L. J. (1991). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Idrus. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2007). *Manajemen dan Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- MUI, L. (2021, 9 26). *halalmui*. Retrieved 11 6, 2021, from halalmui: <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia>
- Najati, U. (2001). *Al-Quran wa Ulum An-Nafs*. Dar Asy-Syuruq, Kairo.
- Nuryati, Sri. (2008). *Halalkah Makanan Anda ?*, Solo : PT Aqwam Media Profetika.
- P. joko Subagyo. 2011. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
- Profil IAIN Antasari, (2016).
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi komunikasi*, bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Organisasi*. Index. Jakarta.

- Rasma, Y. (2019). Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam. *UIN AR-RANIRY*, 31.
- Salasin Djaslim. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sandi, A., Marsudi., end Rahmawanto, D. (2011) ‘*Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi*’, *Manajemen Bisnis*, 1(2), p. 138.
- Santoso, H. d. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 di Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 566.
- Sari, H. P. (2014). Pengaruh Elektronik Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention pada Konsumen Smartphone Samsung yang berbasis Android. *Ilmu Manajemen*, 35.
- Stevia Septiani dan Retno Indraswari. (2018). “Factors Affecting Consumer Behaviour on Halal Cosmetic Product in Bogor”. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 59-73.
- Sugihartono, dkk. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif*. Jakarta; Aneka Karyacipta
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.
- Tranggono, Iswari, Retno, Latifah, Fatimah. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Utami, Wahyu Budi. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Wahyuningsih, S. (2013). *METODE PENELITIAN STUDI KASUS*. Madura: UTM PRESS.
- Waidi, (2006). *Pemahaman dan teori persepsi*. RemajaKarya, Bandung.
- Yusoff, Siti Zanariah dan Nor Azura Adzharuddin. (2017). “Factor of Awareness in Searching and Sharing of Halal Food Product among Muslim Families in Malaysia”. SHS Web of Conferences 33 i-COME’16.