

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*.
- Adriani, L., & Ma'ruf. (2020). *Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia*. *Al-Muzara'Ah*, 8(1), 57–72. <https://doi.org/10.29244/jam.8.1.57-72>
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Ajzen. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. The handbook of attitudes, Lawrence Erlbaum Associates.
- Ali, A., Sherwani, M., Ali, A., Ali, Z., & Sherwani, M. (2020). Investigating the antecedents of halal brand product purchase intention: an empirical investigation. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063>
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Angipora, Marinus. P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Revisi. Cetakan Kedua.

Raja Grafindo, Jakarta.

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Augusty Ferdinand. 2011, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk*

Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

Augusty, Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>

Bogdan dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya

Bogdan dan Taylor. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.

Dani Kusumastuti. (2020). *Beli, Minat Halal, Produk Indonesia*, D I. 2, 27–50.

D. Durianto, & L. C. (2004). Analisa efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11.

Djamaludin Ancok & Fuad Nashori Suroso. (2001). *Psikologi Islami : solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Pustaka Pelajar.

Fandy Tjiptono, A. D. (2017). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi.

Fishbein & Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*.

Garg, P., & Joshi, R. (2018). Purchase intention of “Halal” brands in India: the mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 683–694. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0125>

Gomuslim. (2020). *Peta Sebaran Data Populasi Muslim Dunia 2020: Indonesia Paling Besar*. <https://www.gomuslim.co.id/read/news/2020/04/08/18593/-p-peta-sebaran-data-populasi-muslim-dunia-2020-indonesia-paling-besar-p-.html>

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Refika Aditama.

Kasarjian, Harold H. dan Thomas S. Robertson. 1981. *Perspective in Consumer Behavior*, Glenview. IL: Scoot, Foresman.

Khan, N., Sarwar, A., & Tan, B. C. (2020). *Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0248>

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and*

Control. International Edition. A. Simon and Schuster. Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT
Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall. Inc. New
Jersey.

Kotler, Philip. 2005. *“Manajemen Pemasaran”*, Jilid I dan II, Jakarta: PT. Indeks

Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2007. *“Manajemen Pemasaran”*, edisi ke 12, Jilid 1, Jakarta:PT. Indeks

Kelompok Gramedia.

Kotler.P& Keller.K.L 2007. *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi ke 12, Jilid

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

Kotler,Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi

12. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13

Jilid satu. Erlangga : Jakarta.

LPPOM MUI. (2020). *Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI Indonesia 2012 - 2019*. <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui-indonesia-2012-2019>

Marmaya, N. H., Zakaria, Z., & Mohd Desa, M. N. (2019). Gen Y consumers' intention to purchase halal food in Malaysia: a PLS-SEM approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 1003–1014. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2018-0136>

Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung

M. Nur Ghufro. (2012). *Teori-teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.

Natsir, Moh. 1999, *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalis Indonesia.

Philip T. Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management (Global Edition) 15th Edition*. Pearson.

- Priyatno D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa & Umum*. Andi Offset.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. ALFABETA.
- Rangkuti. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Rosida, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian (Survey Pada Muslimah Di Jawa Barat). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 129–140.
- Sarwono, Y. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 10(3), 98528.
- Shahid, S., Ahmed, F., & Hasan, U. (2018). A qualitative investigation into consumption of halal cosmetic products: the evidence from India. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 484–503. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2017-0009>
- Setiadi, 2013. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Saifudin Azwar. (2011). *“Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.”* Pustaka Pelajar.
- Sangadji, E. M., & Sopiah Nikoemus WK. (2013). *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. edisi pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sujarweni W.V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Yudrik Jahja. (2011). "*Psikologi Perkembangan*." Kencana.
- Yuza Yasya Aliyya (Staff Biro Bisnis dan Proyek). (2020). *INDUSTRI HALAL DI DUNIA SERTA POTENSI DAN PERKEMBANGANNYA DI INDONESIA*.
<https://www.ibec-febui.com/industri-halal-di-dunia-serta-potensi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>