

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan, Wikan Isthika dan Mila Sartika. 2017. Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai; Islamic Banking and Finance Journal*. Vol. 1 No. 3
- Alfian dan Muslim. 2017. Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Meda. *At-Tawassuth*. Vol. 2 No. 1
- Andriansyah dkk. 2015. Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *JRM: Jurnal Riset Manajemen*. Unisma
- Anwar, Iful dan Budhi Satrio. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4 No. 12
- Ariyono, Kurniawan Yunus. 2018. Label Halal Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Sedaap. *Artikel Ilmiah*. STIE Widya Gama Lumajang
- Basuki, A.T dan Imamudin, Y. 2015. *Elektronik Data Prosesing (SPSS. 15 dan EVIEWS 7)*. Yogyakarta: Danisa Media
- Eri Agustian H. 2013. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*. Vol 1 No 2
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7 No.2 September.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: BP UNDIP
- Imamuddin, M. 2017. Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*. Vol. 1 No. 1
- Kamilah, Ghina dan Aniek Wahyuati. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 No. 2

- Kotler, Philip dan Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kusumawati, Y dan Herlena Benny. 2014. Hubungan antara Persepsi terhadap Kelompok Referensi dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal pada Mahasiswa Muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*. Vol. 2 No. 1
- Peter, P.J dan Olson, Jerry C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Pertiwi, Aprilia, Yulihar Mukhtar dan Linda Wati. 2013. Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Solaria cabang Plaza Andalas Padang. *Artikel Ilmiah*. Universitas Bung Hatta Padang
- Rahayu, Suharni. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1 No. 1
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Sawitri, Y., W. Hidayat dan Sendhang N. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, faktor Sosial dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor matic Yamaha Mio di Yamaha Agung Motor Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Universitas Diponegoro
- Sofjan Assaury. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Stanton, J., dan William, Walker B.J. 2004. *Marketing*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *Equilibrium*. Vol. 3 No. 2
- Tarigan, Eka Dewi Setia. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3 No. 1
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. VI No. 2