

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Abdul Aziz Dahlan. (2006). *Ensiklopedia Hukum Islam*. PT Ichtiar Baru: Jakarta.
- Abdurrahman, Nana Hardiana dan Achmad Sanusi. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka setia.
- Alma, buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anas Sudijiono. (2012). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinerka Cipta.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana 2005.
- Deni, Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Engel, J.F. R.D. Blackwell & Miniard, PW. (1995). *Perilaku Konsumen*. Bina Rupa Aksara : Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Muhammad yunus. (1973). *Kamus Arab Indonesia, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an* , Jakarta.
- Hasan. Ali (2009). *Marketing*. Yogyakarta: Meida pressindo.
- Juliansyah Noor. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Justin G. Longenecker, Carlos W, Moore, dan J. (2001). William Petty. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. (2016). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Kementrian Agama republik Indonesia. (2003). *Pedoman Labelisasi Halal*. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Pt indeks Jakarta 2007.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta.
- Mishabuddin, Iqbal, and Hasan (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Iklan dan Pangan.
- Sadono Sukino. (2011). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Edisi ketiga Jakarta: Rajawali pers.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Perilaku konsumen*. Edisi kedua . Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Sekaran, Umar. (2007). *Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. 4. Jakarta: Salemba 4.
- Sugiyono. (2009). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharso dan Sutarso, Yudi 2010. *Marketing in practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunarto, R. d. (2012). *Pengantar Statistik Ilmu Pendidikan, Komunikasi, Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin, Abdullah dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali pers.
- Tjiptono, Afandi. (2001). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta. CV Andi offset.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Yaqub, A. M. (2009). *Kriteria Halal Haram Untuk Pangan, Obat dan Kosmetik Menurut Al-Quran Dan Hadits*. Jakarta: PT. Pustaka Firdaus.
- Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

### **Jurnal dan Skripsi:**

- Alfian, Ian dan Muslim Marpaung. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi Islam. Vol 2 No.1. 2017.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dan Muhammad Rizal. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan. Vol.5, No.1 . 2016.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikat Halal* (Malang Uin-Maliki Press). 2011.

- El-Farobie, F., Muharir, M., & Setiawan, B. *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMEmcSHA)*, 1(2). 2021.
- Eri Agustian H. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*, *Jurnal (Bogor, Indonesia: Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan)*. 2013.
- Fauziah, dr. Ismail fahmi arrauf nst, MA, Fahrizal, Lc, MA. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswa FEBI IAIN Langsa)*. *Jurnal IAIN Langsa*. 2018.
- Hardiawan, Anindia Cahya. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. *Jurnal Teknologi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*. 2014.
- Ian Alfian. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan*. Vol. 2, No.1. 2017.
- Kamilah, Ghina dan Aniek Wahyuti. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol 6 No.2. 2017.
- Prastya, Yudha dan Suryadi. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Korea Pada Konsumen di Kota Metro*. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*. Vol.1 No.1. 2020.
- Qoniatur, Uun Itsna. *Attitude Towards Halal Products: Antecedents And Its Consequences (Empirical Studies On Consumers Of Halal Beauty Product In Pati)*. *Jurnal Internasional*. 2018.
- Rambe, Yuli Mutiah dan Syaad Afifuddin. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)*. *Jurnal: Ekonomi Dan Keuangan (Universitas Sumatra Utara)*. Vol . 2012.
- Rizal, Muhammad. *Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa*. *Jurnal: Manajemen Dan Keuangan*. Vol.6 . No.2. 2017.
- Siregar, Yusnita, Muhammad Isa dan Hamni Fadlilah Nasution. *Pengaruh Brand Image Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan*. Vol 3 No.2. 2017.

Wibowo, Dwi Edi & Mandusari, Benny D. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan*. *Indonesian Journal of Halal*. 2018.

Widyaningrum, premi wahyu. *Pengaruh Label Halal, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)*. Vol 6 No.2. 2016

Wulan, Nadia daru dan Moch Khoirul Anwar. *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Ms Glow yang Bersertifikat Halal di Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 2 No.2. 2019.

Zulkarnain, M. Tapping into the Lucrative Halal Market: Malaysian SMEs Perspective, *International Journal of Business and Innovation*. 2014.

**Situs Web:**

<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> di akses pada tanggal 13 maret 2021.

<https://kemenag.go.id/archive/keputusan-kepala-bpjph-no-40-tahun-2022-tentang-penetapan-label-halal> di akses pada tanggal 5 Februari 2023.

[www.halalmui.org](http://www.halalmui.org) di akses pada tanggal 5 Februari 2023

Ayu, S., 2019, Tantangan Internal Industri Halal Indonesia, diakses melalui <https://www.kompasiana.com/silvinia97/5cd7c3a66db84338282415b5/tantangan-internal-industri-halal-indonesia?page=all>

**Lainnya:**

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 ayat 10.