

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Agus, W. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta: Penerbit Upp Stim Ykpn.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Manajemen Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Aminuddin. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)*. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (Jram)*, 5 (2)(69), 34–40.
- Assauri. S. (2015). *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Andi.
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*. *Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.
- Iltiham, M. F. (2020). *Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (Mui), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11, 311–326.
- Imamuddin, M. (2017). *Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi T.A 2016/2017*. *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic Studies*, 1(1), 34–47.
- Keller, K. D. (2016). *Marketing Management* New Jersey Pearson (16 Edition).
- Khuwaroh, K., Widarko, A., & Bs, A. M. K. (2018). *Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, Dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Islam Malang)*. *Jurnal Professional Fis Unived*, 5(1), 26–31.
- Kurniawan. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Dengan Perhitungan Pengolahan Data Dengan Ibm Spps220)*, Bandung: Alfabeta.
- Manap. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang, H. . (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indonesia Pustaka.
- Miftah Dan Ambok Pangiuk. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal (Seri 1)*.

- Muhammad Fahmul Iltiham, M. N. (2020). *Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11, 311–326.
- Pradiatiningtyas, D. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Dan Bisnis* Yogyakarta Edisi Pertama: Cetakan Pertama (Pertama).
- Rahayu, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Denpasar.
- Rahman. (2017). *Metode Penelitian Dan Statetika*, Bogor In Media.
- Rambe, Y., & Afifuddin, S. (2012). *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*, 1(1), 14866.
- Rosida, R. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian ( Survey Pada Muslimah Di Jawa Barat )*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 129–140.
- Sahir, S. H., Dewi, E., & Tarigan, 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), 1–15.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta Salemba Empat.
- Sarinah. (2017). *Pengantar Manajemen* Yogyakarta Cetakan 1 Edisi Pertama (1 (Satu)).
- Sarwat, A. (2014). *Halal Atau Haram Kejelasan Menuju Keberkahan: Pt Gramedi*, Jakarta.
- Schiffman & Kanuk. (2015). *Consumer Behavior Ii The Edition Global Edition*.
- Setiawan, B. (2016). *Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang ( Study Empiris Pada Toko Ratu Di Jember ) Influence Of Product Diversity , Product Quality And Rightfull Label Product Cosmetic To The Consumer Purchase Interest ( Study Empiric To Ratu Shop In Jember ) Budi Seti*.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Di Lengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Siti Normi. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen* Edisi Pertama Cetakan 1 (Edisi Pert).
- Sri, K., & Jalil, A. (2019). *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal*.

Jurnal Ekonomi Syariah, 2(Juni), 23.

Sudaryono. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi.

Sudiro, A. (2017). *The Impact Of Brand Awareness On Purchase Decision: Mediating Effect Of Halal Logo And Religious Beliefs On Halal Food In Malang Indonesia*. Proceedings Of Sydney International Business Research Conference, May 2015, 24–26.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.

Suni Silfania. (2019). *Hubungan Daya Tarik Dan Minat Beli Masyarakat Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal (Studi Kasus Bakso Pak Mien Bogor)*. 87(1,2), 149–200.

Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam Kencana*: Jakarta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* Cv. Andi Offset.

Umah, K. A., & Herianingrum, S. (2018). *The Influence Of Halal Label, Promotion And Price Toward Purchasing Decision On Over The Counter Medicine*. Ssrn Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3122192>

Umar.H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* Jakarta:Rajawalipers.

Y. Anton Nugroho. (2015). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.

Yuliantari, K. (2020). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Edisi Pertama Cetakan Pertama (Pertama).