

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

*Al-Qur'ān*

Abu Hamid Al-Ghazali. (1989). *Ihya' Ulumuddin*. Jilid III. Beirut: Dar al-Fikr.

Adiwarman, A. Karim. (2011). *Bank Islam "Analisa Fiqih dan Keuangan"*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alrasyid, Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Arianty, N., Laili, P., Christiana, I., & Jasin, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan, Sumatra Utara: Perdana Publishing.

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.

-----, (2010). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghofur, Abdul. (2017). *Pengantar Ekonomi Syariah : Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

-----, (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, P, & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip and Gary (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi tigabelas jilid 1*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2014). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Marwan, Asri. (1986). *Marketing, Cet. I*. Yogyakarta: BPFE.
- Mustafa Edwin Nasution dkk. (2006). *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*. Depok: Kencana, h. 69.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall.
- Shaari, J. A. N. And Arifin, N. S. (2010). *Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study*. International Review of Business Research Papers, 6(4), 444 – 456.
- Stanton, W. J. (1998). *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid Pertama*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, Heri. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- (2009). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwartono. (2014). *Dasar Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Syamsudin. (2010). *Badan Pengawas Obat dan Makanan RI*. Banda Aceh: Laporan Tahunan BPOM Banda Aceh.

Tjiptono, F. (2008). *Prinsip & Dinamika Pasar*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

## **Jurnal**

A, Juliandi. (2018). Structural Equation Modeling Based Partial Least Square(SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. *Jurnal Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam*.

Alfiah & Muflikha, Nur Rismatul. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Volume 5, Nomor 1, Agustus 2022*.

Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1. Hal. 118-141*.

Ambali & Bakar. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences 121(2014) 3-25*.

Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability, 1(1)*.

Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister, 4(1)*.

Aulia, A. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal, 1–16.

Borzooei, Mahdi and Maryam Asgari. (2015). Country-of- Origin Effect on Consumer Purchase Intention of Halal Brands. *American Journal of Economics, Finance and Management, 1(2)*.

- Bulan, Tengku P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Journal Article: Jurnal Manajemen dan Keuangan UNSAM*.
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2).
- Goenadhi, Lydia. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 12 No. 2, Hal. 155-162.
- Golnaz, dkk. (2010). Non-Muslims' Awareness of Halal Principles and Related Food Product in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17.
- Hasan, Haslinda. (2016). A Study On Awareness And Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students In Kota Kinabalu, Sabah., Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences. Dubai (in partnership with The Journal of Developing Areas, Tennessee State University, USA).
- Ilwan, Bunga M., dkk. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Iman, Nadhilah Z. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal, Pengetahuan Dan Kemudahan Mendapat Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Pribadi Dan Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Krisdayanto, dkk. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Lima Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, Vol 4 No. 4.
- Maison, D., Marchlewska, M., Zein, R. A., Syarifah, D., & Purba, H. (2019). Religiously permissible consumption: The influence of the halal label on product perceptions depending on the centrality of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3).
- Mardhotillah, Rachma R., dkk. (2022). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Accounting and Management Journal*, Vol. 6, No. 1.
- Mardiana, Dian & Sijabat, Rosdiana. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Volume 6 No. 1 Maret 2022*.

- Monecke, A., Leisch, F. (2012). semPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Square. *Journal of Statistical Software*, Vol. 48.
- Monoarfa, H., Juliana, J., Setiawan, R., & Abu Karim, R. (2021). The influences of Islamic retail mix approach on purchase decisions. *Journal of Islamic Marketing*.
- Muizzudin, & Kisti, S. A. (2020). Pengaruh sertifikasi halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman teh botol sosro. *Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(2).
- Nurdin, Sahidillah & Setiani, Pika N.C. (2021). Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Sain Manajemen*, Vol. 3 No. 2.
- Oktaviani, Nicky. (2019). Pengaruh Labl Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro). *Journal of Islamic Economics, Business and Finance*.
- Wahyuni Widyaningrum. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 2.
- Purwohandoko. (2009). Pengaruh Tangiable Resource Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Air Minum dalam Kemasan (AMDK) di Wilayah Sidoarjo, Surabaya & Pasuruan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 1, Hal. 40-45.
- Rosyada, Mohammad. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 13 No. 2*.
- Rozjiqin, M. Fahrul, & Ridlwan, Ahmad Ajib. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics* 7(1) 2022 060-077.
- Saprianti, Rika & Nursanjaya. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah Di Kota Lhokseumawe. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 4 No. 2*.
- Sari, R. K., Soediro, A., & Rochman, F. (2018). The Truth Behind The Decision of Consumers in Buying Counterfeit Cosmetics Product: A Qualitative Phenomenological Research. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 15(2).



- Sari, Y. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Survei Pada Pengguna Kosmetik Dikota Jambi). *Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin*.
- Sitompul, Saleh. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, Vol. 7 No. 1 Februari 2021*.
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law, 4(1), 2012–2015*.
- Supiani. (2022). Pengaruh Strategi Label Halal dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Remaja Kota Bogor. *Jaman: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, Vol. 2 No. 2 Agustus 2022*.
- Susilowati, Isnurrini, & Utari, Sarah Camelia. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, Vol. 6 No. 1, Maret 2022*.
- Tamara, A. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, Vol. 7 No. Februari 2021*.
- Wibowo, Dwi Edi & Mandusari, Benny Diah. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal, Vol. 1 No. 1, pp. 73-80*.
- Yunus, dkk. (2013). Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.

#### **Website/ Artikel**

LPPOM MUI. Diakses melalui <http://www.halalmui.org/newMUI/>, pada 13 Januari 2023.

Tim Penyusun Kepmenkes RI No. 82 Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan, 1996.

Tim Penyusun LPPOM-MUI, Sertifikasi dan Labelisasi Halal.