

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam*. Jakarta: Dana Bhakti wakaf.
- Al-Qardlawi, Yusuf. (1978). *Halal Dan Haram Dalam Pandangan Islam*. Surabaya: Bina Ilmu Press.
- Al-Qur'an dan Terjemahnya
- Amrin, Abdul. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Grasindo
- Amstrong, Gery & Kotler, Philip. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Arens, Alvin. A., Elder, Ranald. & Beasley, M.S. (2008). *Auditing dan Jasa Assurance Pendekatan Terpadu*. Jakarta : Erlangga
- Arens. Et al. (2010). *Auditing dan Pelayanan Verivikasi*. Jakarta : Indeks.
- Arikunto, Suharsimi. (1993). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris S. Prima Sandi, dkk. (2010). *Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi*. Malang : UMM
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: ThomsonLearning.
- Barnabas, Deddy Lasfeto dan Nurhayati, Oky Dwy. (2008). *Analisis Statistik Deskriptif Menggunakan Mablalab*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Brucks, M., Zeithaml, V.A., dan Naylor, G., (2000). *Price and Brand Name As Indicators of Quality Dimensions for Consumer Durables*, *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.28, No.3, pp.359-374
- Budi, Wahyu. (2013). *Pengaruh Label Halal dalam Keputusan Membeli*. Yoykarta: Ilmu Komunikasi.
- Delener, Nejd. (1994). *Religius contracts in consumer decision behavior patterns: their dimensions and marketing implications*. Eropa: Jurnal Marketing.
- Dimiyati dan Mujiono. (1999). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Draver, James. (1996). *Kamus psikologi*. Jakarta : Bina aksara.
- Fajar H. Et al. (2007). *Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam UII*. Yogyakarta : Prodi Ekonomi Islam FIAI UII.
- Hakim, Lukmanul. (2014). Mulai 2019, Semua Obat Harus Bersertifikasi Halal. [Berita Dakwah Indonesia](#). Di akses pada tanggal 1 maret 2017 15:19
- Hasan, K.N Sofyan. (2014). *Sertifikasi Halald dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo

- Hermann, et, al. (2007), *The social influence of brand community: evidence from European car clubs*. Journal of Marketing, Vol. 69, p 19 - 34.
- Husein, Umar. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia
- Husein, Umar. (2010). *Metode Penelitian Dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum
- Ibnu, Muhammad Elmi. (2009). *Label halal: antara spritualitas bisnis dan komoditas agama*. Malang: Madani.
- Idrus.(2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kartini. kartono dan dali gilo. (1987). *kamus psikologi*. Bandug: Pionir Jaya.
- Kemenkes RI (2010, Oktober) *Aplikasi Pemetaan Sarana Kefarmasian*. 10 Oktober 2015. <http://apif.binfar.depkes.go.id/index.php>
- Kholiq, Muhammad. (2010). *Studi Analisis makanan dan Minuman Yang Belum Bersertifikasi Halal*. Semarang : Uin Walisongo.
- Kotler, dan Amstrong, Setyo. (2012), *Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux*, Jurnal Riset Sains Indonesia.Vol. 3, No. 1.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Muflih, Muhammad. (2010). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Muhammad Rusli Amin. (2004). *Waspada Makanan Haram di Sekitar Kita : Panduan Meraih Hidup Sehat, Berkah dan Selamat*. Jakarta : Alwardi Prima.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*.Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Rajput, A.A.; Kalhoro, S.H.; dan Wasif, R. (2012). *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan*. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. ijcrb.webs.com. Vol 4, No 4. August, h.585-496.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Dan Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ratnawati, Ida. (2013). *Pengaruh Label Halal dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. IAIN Wali Songo Semarang, 12-15.
- Ratnawati,ida. (2013). *Pengaruh label halal dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah*. semarang
- Republika Indonesia.(1999). *Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 Tentang label dan Iklan*. Jakarta : Pena.

- Schiffman dan Kanuk, Amelia.(2004). *Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.Vol. 1, No. 2.
- Somantri, Ating dan Ali Muhidin, Sambas.(2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung,: Pustaka Setia.
- Sudjana, Nana.(1995). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sunyoto,Danang.(2013).*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tejdhakusuma, R.; Hartini S. dan Muryani. (2001). *Anaalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*. Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2 No. 3 Desember 2001: 48 -58.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manjemen Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- William, G. Nickels. (2000). *Marketing Principles, Second Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.