

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Apriyanto. (2003). *Panduan belajar dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayan.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assel, H. (2001). *Consumer Behavoir* (6th ed.). New York: Thomson.
- Azwar, S. (1997). *Reliabilitas dan Validitas* (ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaplin, J. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Desideria, B. (2017). Mi Instan Impor Mengandung Babi Masih Ada di Jawa dan Papua. Retrieved from file:///C:/Users/Asus/Downloads/Mi Instan Impor Mengandung Babi Masih Ada di Jawa dan Papua - Health Liputan6.com.htm
- Drummond, H. (2003). *Pengambilan Keputusan yang Efektif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Engel, J. F. at. a. (1995). *Perilaku Konsumen* (6th ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghazali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (kedua). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (1999). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- H, E. A., & Sujana. (2013). Studi Kasus Pada Produk Wall ' s Conello. *Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 169–178.
- Idris, M. (2017a). Banyak Mie Instan Impor Masuk RI, dari Mana Asalnya? Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3537217/banyak-mie-instan-impor-masuk-ri-dari-mana-asalnya>

- Idris, M. (2017b). RI Impor Mie Instan, Paling Banyak dari Korea dan China. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3537073/ri-impor-mie-instan-paling-banyak-dari-korea-dan-china>
- Kotler, P. (1999). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Salemba Keempat.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis* (Revisi). Jakarta: Penerbit PPM.
- Kusumawati, Y., & Herlena, B. (1998). Hubungan antara persepsi terhadap kelompok referensi dengan pengambilan keputusan membeli produk kosmetika tanpa label halal pada mahasiswi muslim. *Psikologi Integratif*, 2(1), 100–109.
- Lamb, H. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Munparidi. (2012). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 47–54.
- Natadjaja, L., F, R. D., & Setyawan, D. (2009). Studi Pengaruh Visual Merchandise untuk Anak Terhadap Perilaku Pembelian Paket HappyMeal di Restoran McDonald ' s Surabaya. *Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 11(1), 41–59.
- Nugraha, R. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen. *Administrasi Bisnis*, 50(5), 113–120.
- Nugroho, Anton. P. (2015). *Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di perbankan Syariah*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikolog*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purimahua, S. . (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Ekonomi Pembangunan pada Fakultas

- Ekonomi Universitas Kristen Maluku di Ambon. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 9(2).
- Puspawati, D. (2014). Pengaruh Dukungan Sosial dan Interaktivitas Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Melalui S-Commers. *Syariah Paper Accounting*, 525–535.
- Rambe, Y. M., & Afifuddin, S. (2012). Pengaruh Pencantuman label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat pembelian Masyarakat Muslim. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(427), 36–45.
- Rangkuti, F. (2010). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, K. (2015). Konsumsi Mie Instan Masyarakat Indonesia Mencengangkan. Retrieved from <https://indonesiana.tempo.co/read/29922/2015/01/22/Konsumsi-Mie-Instan-Masyarakat-Indonesia-Mencengangkan>
- Simamora, H. (2000). *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Keempat.
- Sudardjat, I., & Sari, D. K. (2013). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(4), 49–56.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra. (2016). Mi Instan, Gurih Pasarnya Sengit Persaingannya. Retrieved from <tps://tirto.id/mi-istan-gurih-pasarnya-sengit-persaingannya-yeZ>
- Sukmaningtyas, A., & Hartoyo. (2013). Pengaruh Nilai dan Gaya Hidup Terhadap Preferensi Dan Perilaku Pembelian Buah-buahan Impor.
- Sukotjo, H., & Radix A, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price,

- Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi* (ketiga). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2015). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan. *Ekonomi Dan Keuangan*, 2(8), 475–487.
- Thomson, E., Rappsilber, J., & Tollervey, D. (2007). Nop9 is an RNA binding protein present in pre-40S ribosomes and required for 18S rRNA synthesis in yeast. *RNA (New York, N.Y.)*, 13(12), 2165–2174.
- Tika, M. P. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.