

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Syed Shah dan Sayuti. 2011. Applying the Teory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *Internasional Journal of Commerce and Management*, 1:8-20.
- Ancok, D. dan Suroso, F.N. 2001. *Psikologi Islami : Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Rois dan Muhammad Helmi. 2016. Pengantar Manajemen. Malang: Penerbit Empat Dua.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ateeq-ur-Rehman dan Shabbir. 2010. The Relationship Between Religiosity and New Product Adoption. *Journal of Islamic Marketing Vol.1 No.1*.
- Atmoko dan Kurniawati. 2009. *Swamedikasi : Sebuah respon realistik perilaku konsumen di masa krisis* (Vols. 2, 3). Bisnis dan Kewirausahaan.
- Azwar, S. 2013. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Burgmann, T. 2007. *Halal Fixes it's Marketing Muscle, The Star*, diambil dari <http://www.thestar.com/business/article/238551>, 20 Maret 2014..
- Durianto, D. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fara Adura Mohd Yusoff. Raja Nerina Raja Yusof, S. R. 2015. Halal Food Supply Chain Knowledge and Purchase Intention. *International Journal of Economics and Managment*.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ketiga*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock & Stark. 1969. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. London: University of California Press, Ltd.
- Hair, J. F. 2010. *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hakim, Lukmanul. 2017. *Penjelasan Produk Kondimen Restoran Bersertifikat Halal*. Retrieved from www.halalmui.org
- Hasan, Mustofa. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hawari, D. 1996. *Al-Qur'an : Ilmu Kedokteran Jiwa dan Kesehatan Jiwa*. Jakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Husaini, Fauzan. 2016. *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim di DIY Terhadap Makanan Halal*. Yogyakarta.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kusuma dan Untarini. 2014. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2 No.4*.
- Labibah, E. 2016. *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta.

- Lin dan Lin . 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Mediated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*.
- Madjid, Nurcholis. 2006. *Islam Kerakyatan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.
- Magfiroh. 2015. *Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial, Faktor Informasi dan Sikap Terhadap Niat (Intensi) Membeli Makanan Berlabel Halal LPPOM-MUI Pada Mahasiswa Non Muslim di UNY*. Universitas Negeri Yogyakarta Yogyakarta.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Marsum, W. 1994. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mukhtar, A dan Mohsin Butt. 2012. *Intention to choose Halal product : the role of religiosity*. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2). 108-120.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Notoatmodjo. 1993. *Pengantar Pendidikan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Paul J. Peter dan Jerr. 2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy (8th ed)*. Singapore: McGraw. Hill.
- Rahman, Azmawani. Abd. 2015. Consumer and Halal Cosmetic Products : Knowledge, Religiosity, Attitude *and* Intention. *Journal of Islamic Marketing Vol.6 No.1, 2015*, 148-163.
- Ralques, A. 2017. *Analisis Sikap, Norma Subjektif dan Niat Beli Produk Kosmetik Halal, Pada Konsumen Muslimah di Surabaya*. Surabaya.
- Rohmatun dan Dewi. 2017. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Journal Ecodemica, Vol.1 No.1* .
- Schiffman, Leon, G dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior(8th Edition)*. New Jersey: Person Education.

- Shabrina, Dary. Les. 2017. ***Religiusitas Dan Intensi Membeli Obat Berlabel Halal Pada Mahasiswa Muslim Di Universitas Islam Indonesia***. Artikel Publikasi. Universitas Islam Indonesia
- Sugiyono. 2004. ***Metode Penelitian Bisnis***. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. ***Statistik Untuk Penelitian***. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D***. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. 2007. ***Metode Penelitian Pendidikan***. Bandung: Rosdakarya.
- Sumarwan, Ujang. 2003. ***Perilaku Konsumen***. Jakarta: Penerbit Graha Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. ***Perilaku Konsumen ; Implikasi Pada Strategi Pemasaran***. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syed Shah Alam, Rohani Mohd dan Badrul Hisham. 2011. Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behavior in Malaysia. ***Journal of Islamic Marketing Vol.2 No.1***.
- Thouless, H. 2000. ***Pengantar Psikologi Agama***. Jakarta: Rajawali Press.