

DAFTAR PUSTAKA

- Arista.E.D.2011. ''Analisis pengaruh Iklan, kepercayaan merek dan citra terhadap minat beli''. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Undip. Vol. 13 No. 1 ISSN 1693-928X*.
- As'ad.(2013). *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty.
- Cahyati.R.2016. ''Pengaruh pencantuman label halal terhadap minat beli Luwak White Coffe''. *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*.
- Delgado.E. (2003). ''Developmen and Validation of a brand trust scale''. *International Jurnal of marketing Research. Vo. 45 No. 1*
- Firrinadewi.E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Ferdinan.A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali.I. (2006). *Aplikasi Multivariate dengan spss*. Cetakan keempat. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan.M.I.(2001). *Pokok-pokok Materi Statistik 1*. Edisi kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan.A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Edisi kedua. Jakarta: Center for Academic Publising Service.
- Jahja.Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Kotler.(1996). *Dasar-dasar Pemasaran Principle of Marketing 7e*. Jakarta.
- Khasanah.R.N.2014. ''Pengaruh kemasan, label halal dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian konsumen''. *Jurnal Ilmiah Menejemen Bisnis dan Terapan Tahun XI No 2, Oktober 2014*.
- Kotler.P. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali.R. (2001). *Membidik pasar Indonesia Sengmenting Tangeting Positioning*. Jakarta: Graha Pustaka Utama.

- Kotler.P. (2005).*Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kedua belas. Jakarta: Indexs.
- Keller.K.L. (2009).*Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas Jilid 1. Indonesia: Macana Jaya Cemerlang.
- Keller.K.L. (1998).*Strategic Brands Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lee. (1999). "Customer Trust in Brand and The Link to Brand Loyalty". Jurnal of Marketing Focused Management Vol. 4.
- Lucas. (2011). *Advertising Psychology and Research*. New York. Mc Grow-Hill Book Company.
- Lupiyoadi.R. (2001).*Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lilik.S.H. (2010).*Analisis pengaruh economic value added dan rasio keuangan terhadap return saham syariah*. Jurnal ekonomi modernisasi.
- Mahendrayasa.A.C. 2014."Pengaruh word of mouth terhadap minat beli serta dampaknya terhadap keputusan pembelian".*Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijata*. Vol. 12 No. 1.
- Mamahit.P.2015. "Pengaruh brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian mobil Toyota All New Yaris". *Jurnal Universitas Samratulangi Manado*. Vol. 15 No. 05.
- Nofianti.R.2014."Pengaruh Threat Emotion konsumen dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk gadget".*Jurnal Ekonomia Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Olson. (2000). *Consumer Behavior: Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2.Ed. 4. Jakarta: Erlangga.
- Olson. (2000).*Consumer Behavior: Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1.Ed. 9. Jakarta: Erlangga.
- Qardhawi.Y. (2000).*Halal haram dalam Islam*. Surakarta: Inter Media.
- Ratnawati.A. (2014).*Statistik*. Semarang: Penerbit Universitas Islam Sultan Agung.
- Ryan.N.A. (2002).*In Brands we Trust*. International Business Master Thesis.
- Swasta.B. (2002).*Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty.

- Slameto.(2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Sangadji.E.M. (2013).*Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supranto.(1990). *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Sadat. (2009). *Brand Belief*. Jakarta: Sambala Empat.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto.D.(2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*.Yogyakarta Penerbit Caps.
- Sumarwan.U. (2011).*Prilaku Konsumen*, Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tarigan.E.D.S.2016. ''Pengaruh gaya hidup,label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah''. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Univaersitas Medan*. Vol. 3 No. 1 ISSN 24072648
- Tjiptono.F. (2008). *Strategi Pemasran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar.H. (1999).*Metodeologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar.H. (2003).*Metode riset prilaku konsumen jasa*.Jakarta: Graha Indonesia
- William.J.S. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Widiyanto.I. (2008).Pointers.: *Metode Penelitian Semarang*: BP Undip. 126.
- Yasnita.2015. ''Pengaruh label halal terhadap minat beli kosmetik perawatan dan riasan pada mahasiswi prodi pendidikan tata rias dan kecantikan''.*Jurnal Universitas Padang*.
- Yasati.K.S. (2011). *Penerapan Variabel Trust In A Brand Treat Emotion dalam mempengaruhi Costumer Buying Motive Desicion*. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the middle class Muslim – kenali perubahanya, pahami prilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.