

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, and Alexander L. Biel. 2009. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Jakarta: Penerbit Mitra Utama
- Anoraga, Pandji, 2012, *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Aspan. Henry. 2017. The effect of halal label, halal awarenesss, product price and brand image to the purchasing decising on cosmetic products. *International Journal of global sustainability* Vol 1 No 1 pp: 55-66
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, Khoiriyah I dan Endang S. 2016. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal* 5 (4), 281 - 288
- Daniel, T., Agus Supandi S., Jacky S. B. Sumarmauw. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal EMBA*. 990 - 999
- Durianto, Darmani, Sugiarto, dan Sijintak, Tony .2009 . *Strategi Menaklukan Pasar, Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzia, Diah Retno Sufi, dkk. 2019. *Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian*. *Jurnal administrasi bisnis (JAB)* Volume 66 No. 1 Hal 37-46
- Ferdinand, Augusty. 2009, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang, BP.UNDIP
- Ghozali, Imam. 2011.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima)*.)Semarang: Universitas Diponegoro
- Hasan.2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS. Yogyakarta
- Indrayani, Ni Wayan, dkk. 2015. *Pengaruh kredibilitas, daya tarik, keahlian bintang iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor.e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. Volume 3*
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*, Edisi Pertama, BPFE – UGM, Yogyakarta
- Jahja. 2011. *Psikologi perkembangan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Kamilah, Ghina. 2017. *Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 6 No 2 Hal 1-18
- Keller, L. 2012. *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit : Erlangga
- Kotler, Philip, & Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall, Inc Upper Saddle River

- Kusnandar. 2015. *Pengaruh citra merek dan kesadaran label halal produk kosmetik La Tulipe terhadap minat konsumen untuk membeli*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 4 No. 2
- Larasati, Ajeng, dkk. 2018. *Religiusitas dan pengetahuan terhadap sikap dan intense konsumen Muslim untuk membeli produk kosmetik halal*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 8 No. 2 P-ISSN 2461-1182 Halaman 105-114
- Legasari VE, Indarti S dan Restuti, 2013, *Pengaruh daya tarik iklan, kreativitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap efektivitas iklan dan sikap konsumen pada sabun pembersih wajah merek Oil of Olay*. Jurnal Ekonomi. Vol. 21 No. 3
- Maichum, Kamonthip, et.al. 2017. The influence of attitude, knowledge and quality on purchase intention toward halal food : A case study of young non muslim consumers in Thailand. *IRA. International Journal of Management & Social Science* Vol 6 No. 3 pp :365-364 ISSN 2455-2267
- Mawey, Hizkia Elfran. *Motivasi, persepsi dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap minat beli produk*. Jurnal EMBA Vol 1 No. 4 Hal 791-801 ISSN 2303-1174
- Nora, Liza & Nurul S. Minarti. 2016. The role of religiosity, lifestyle, attitude as determinant purchase intention. *Proceedings International Multidisciplinary conference* pp : 135-148 ISBN : 978-602-17688-9-1
- Nulufi, Kris dan Murwartingsih. 2015. *Minat beli sebagai mediasi pengaruh brand image dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Batik di Pekalongan*. Management Analysis Journal Volume 4 No. 2
- Pamungkas, Bramaseto Rosie. 2014. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Ekuitas Merek Melalui Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Konsumen Minuman Marimas di Kota Semarang). *Skripsi Undip. Semarang*
- Permana, Magyar Slamet dan Jony Oktavian Haryanto. 2017. *Pengaruh country of origin, brand image dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen Volume XVIII No 3 Hal. 365-380
- Permadi, Prima Conny, dkk, 2014, *Pengaruh citra merek terhadap word of mouth dan keputusan pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 1 No. 1 hal. 1-7
- Petty, R. E., & Krosnick, J. A. 2014. *Attitude Strength : Antecedents and Consequences*. New York: Taylor and Francis
- Puspitasari, Intan, 2009, *Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas iklan dalam menumbuhkan brand awareness*, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang
- Putri, Nadila, dkk 2015. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Brand Equity* Indomie (Studi Pada *Followers Official Account* Jejaring Sosial Indomie). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Telkom
- Rahman, Aditya. 2015. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Image* Dota 2 Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *jurnal_epro. Vo.1, No. 1. Hal: 1-8*
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6(1): 148–163. doi: <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmatun, Karina Indah dan Citra Kusuma Dewi. 2017. *Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat beli pada Kosmetik Halal melalui Sikap*. Jurnal Ecodemica. Vol 1 No. 1
- Rosid, Mochammad Mahmudi dan Widyastuti, 2016. *Pengaruh elemen-elemen brand equity terhadap keputusan pembelian konsumen produk Eiger*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 4 No. 6
- Resi, Rengganis Puspita, 2013, *Analisis pengaruh brand awareness dan perceived quality terhadap brand equity dan keputusan pembelian*, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. X No. 1
- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad. 2014. *Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Rofian, Muhammad. 2016. Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Brand Equity Produk Eiger. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Sadat, Andi M. 2009, *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Salemba Empat, Jakarta
- Said, M., Hassan, F., Musa, R., & Rahman, N. A. 2014. Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol. 130: 120–128. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.015>
- Sari, K. D., dan Sudrajat, I. 2013. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Prduk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan , 49-56
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Sernovitz, Andy. 2006. *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setyowirasti A., Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Iklan, Brand Equity (Studi Kasus pada sabun LUX di area Semarang). *Diponogoro Journal of Management*, 1 - 14
- Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Sitinjak, Tony, 2009, *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek*, Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No. 2, Jakarta
- Soebianto, Albert. 2014. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor *Brand Equity* Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Kota Bandung. *E-Journal Graduate Unpar*. Vol. 1, No.1.hal:4-37
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna, SE.ME., 2009, “*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*”, PT Remaja Rosdakarya, Bandung

- Swastha, Basu dan Handoko, Hani, 2012, *Manajemen Pemasaran Analisa Modern Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta
- Tampi, Daniel, dkk. 2016. *Pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy*. Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1 Hal. 990-999 ISSN 2303-1174
- Tarmedi, Eded dan Penty Nur Asri, 2009, *Pengaruh perceived quality dari brand equity terhadap keputusan pembelian deterjen Bukrim*, Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis : Strategic. Volume 8 No 15 Hal. 36-100
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI
- . 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit : Bayumedia
- Umar, Husein, 2012, *Metodologi Penelitian*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Widowati, Theresia Intan, 2015, *Pengaruh kreativitas iklan, kualitas pesan iklan dan daya tarik iklan terhadap sikap pada merek melalui efektivitas iklan*. Jurnal manajemen bisnis. Vol I No. 2
- Wijaya, Andi, 2007, *Asosiasi Merek pada Suatu Produk (Studi Kasus Handphone Merek ABC)*, Jurnal Manajemen XI No. 02
- Yuli, M., R., & Syaad A. 2012. Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* , 36-45.