

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Abuznaid, S. (2012). Islamic Marketing : Addressing the Muslim Market. *An-Najah University Journal Resource (Humanities)*, 1473-1503.
- Aji, M., & Palupiningdyah. (2016). Pengaruh Servant Leadership Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Burnout Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 178-188.
- Akbar, F. A., & Mulyana, O. P. (2013). Hubungan Antara Servant Leadership Dengan Komitmen Organisasi Pada Karyawan Rumah Sakit Delta Surya Sidoarjo. *Character*, 1-6.
- Akbari, M., Gholizadeh, M. H., & Zommorodi, M. (2017). Islamic Symbols in Food Packaging and Purchase Intention of Muslim Consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 1-21.
- Al-Hajla, A. H., Nguyen, B., Melewar, T., & Jayawardhena, C. (2018). Advancing Islamic Branding : The Influence of Religious Beliefs and Religion-Compliant Product Adoption. *The Marketing Review*, 25-39.
- Ali, A., Ali, A., & Sherwani, M. (2017). Shaping Halal Into a Brand? Factors Affecting Consumers' Halal Brand Purchase Intention. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 1-27.
- Alserhan, B. A. (2010). Islamic Branding : A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, 34-49.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2013). Halal Food and Products in Malaysia : People's Awareness and Policy Implications. *Intellectual Discourse*, 7-32.
- Amelia, N. A., Massie, J. D., & Pandowo, M. (2017). Factors Analysis of Drive Purchase Decision on Mapanget Griya Indah 4. *Jurnal EMBA*, 3272-3281.
- Amron, Usman, & Ali, M. (2018). Buying Decision in The Marketing of Sharia Life Insurance (Evidence From Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*, 370-383.
- Amron, Usman, & Mursid, A. (2018). Buying Decision in The Marketing of Sharia Life Insurance (Evidence From Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*, 370-383.

- Andriyansyah, Y., Aarifin, R., & Rachmat, A. (2017). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 98-112.
- Apriyani, N., & Suharti. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Presepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 21-34.
- Arista, E. D., & Triastuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset*, 37-45.
- Asraf, M., Lubis, S., & Erdawati. (2017). Religiosity Moderation on The Effect of Sharia Label Equity In Desicion of Selecting Sharia Bank Mandiri Product in West Pasaman. *Journal of Social and Economics Research*, 72-84.
- Astogini, D., Wahyu, & Wulandari, Z. (2011). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *JEBA*, 1-8.
- Awaluddin, M. (2017). Pengaruh Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil di Kota Makassar. *Jurnal Iqtisaduna*, 79-97.
- Ayni, M., Andi, T., & Maria, M. M. (2017). Pengaruh Intensitas Penayangan Iklan, Harga dan Credibility Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Kosmetik Wardah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-21.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslim in Malaysia : A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 1-23.
- Baskara, I. P., & Guruh, T. H. (2017). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-15.
- Bloom, P. B., Arian, G., & Courtemanche, M. (2015). Religious Social Indentity, Religious Belief and Anti Immigration Sentiment. *American Political Science Association*, 203-221.

- Borzooei, M., & Asgari, M. (2013). The Halal Brand Personality and Its Effect on Purchase Intention. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 481-491.
- Brahmasari, I. A., & Agus, S. (2008). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 125-135.
- Charir, N. A., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2017). Pengaruh Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dan Orientasi Perusahaan Terhadap Kapabilitas dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Perikanan di Kota Malang Jawa Timur. *Journal of Economics and Social of Fisheries and Marine*, 53-67.
- Chasanah, N. F. (2017). Analisis Pengaruh Servant Leadership Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Karyawan Home Industry Batik Merak Manis Surakarta. *Jurnal Ekonomi* , 1-15.
- David, K., & Newstrom, J. W. (1985). *Perilaku Dalam Organisasi*. (A. Dharma, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Dewi, C. I., & Wibawa, I. M. (2016). Pengaruh Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank BPD Bali Cabang Ubud. *E-Jurnal Manajemen Ubud*, 7583-7606.
- Dewi, I. K., & Kusumasari, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 155-163.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Andi, T. H., & Edward, G. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-7.
- Dewi, S. P. (2012). Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta. *Jurnal Nominal*, 1-22.
- Dhermawan, A. A., I Gde, A. S., & I Wayan, M. U. (2012). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja, Kompetisi, dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai di Kantor DPU Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Unud*, 173-184.

- Fabio, B. P., Hubeis, M., & Puspitawati, H. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Yang Berimplikasi Pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 91-104.
- Fatema, M., Bhuiyan, F. A., & Bhuiyan, M. A. (2013). Shari'a Compliance in Building Identified Islamic Brands. *Center for Research on Islamic Management and Business*, 10-16.
- Fianto, A. Y. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 58-76.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Girard, T., Anitsal, M. M., & Anitsal, I. (2013). The Role of Logos in Building Brand Awareness and Performance : Implications for Entrepreneurs. *Journal Entrepreneurial Executive*, 7-16.
- Giyanti, I., & Indriastiningsih, E. (2018). Pemetaan UKM Kuliner Kota Surakarta Berdasarkan Status Sertifikasi Halal. *Jurnal Teknologi*, 87-91.
- Golnaz, R., Abidin, Z., Nasir, M., & Chiew, F. (2010). Non Muslims Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 667-674.
- Hamdan, H., Issa, Z., Abu, N., & Jusoff, K. (2013). Purchasing Decision Among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, 54-61.
- Haque, A., Rahman, S., & Haque, M. (2011). Religiosity, Ethnocentrism and Corporate Image Towards The Perception of Young Muslim Consumers : Structural Equation Modeling Approach. *European Journal of Social Sciences*, 98-108.
- Hartanto, Hendriani, S., & Maulida, Y. (2018). Analisis Pengaruh Kondisi Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 226-241.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 51-68.

- Hasan, H. (2016). A Study on Awareness and Perception Towards Halal Foods Among Musling Students in Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of The Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences* (pp. 803-811). Dubai: The Journal of Developing Areas.
- Hasan, H. (2016). A Study on Awareness and Preception Towards Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences* (pp. 803-811). Dubai: Researchgate.
- Hasibuan, M. S. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hestu, D., & Prihatsanti, U. (2017). Hubungan Antara Servant Leadership dengan Komitmen Organisasi Pada Perawat RSUD RAA Soewondo Pati. *Jurnal Empati*, 245-258.
- Hua, S. Y., & Wemmerlov, U. (2006). Product Change Intensity, Product Advantage, and Market Performance : An Empirical Investigation of the PC Industry. *The Journal of Product Innovation Management*, 316-329.
- Ikaningsih, Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Daya Tarik Iklan Terhadap Intensitas Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-5.
- Ilmiyati, A., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh Manajemen Rantai Pasukan Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 226-251.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember. *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers* (pp. 287-294). Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Jamal, A., & Sharifuddin, J. (2014). Perceived Value and Perceived Usefulness of Halal Labeling : The Role of Religion and Culture. *Journal of Business Research*, 1-9.
- Jatmiko, E. D., Bambang, S., & Gunawan, E. N. (2015). Pengaruh Motivasi Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-8.

- Kamanjaya, I. G., Wayan, G. S., & IG. A., M. D. (2017). Pengaruh Servant Leadership Terhadap Komitmen Organisasional dan Kinerja Pegawai. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2731-2760.
- Kemper, J., Engelen, A., & Brettel, M. (2011). How Top Management's Social Capital Fosters the Development of Specialized Marketing Capabilities : A Cross-Cultural Comparson. *Journal of International Marketing*, 87-112.
- Kertajaya, H., & Ridwansyah, A. (2014). *WOW Selling*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Khoerunnisa, T., Sunaryo, & Puspaningrum, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal Pada Penduduk Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 36-44.
- Khoerunnisa, T., Sunaryo, & Puspaningrum, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal Pada Penduduk Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21*, 36-45.
- Khraim, H. S., Khraim, A. S., Al-Khaidah, F. M., & Al-Qurashi, D. (2011). Jordanian Consumer's Evaluation of Retail Store Attributes : The Influence of Consumer Religiosity. *International Journal of Marketing Studies*, 105-116.
- Kihatu, T. S., & Wahyu, A. R. (2007). Kepemimpinan Transformasional dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Atas Kualitas Kehidupan Kerja, Komitmen Organisasi, dan Perilaku Ekstra Peran : Studi Pada Guru-Guru SMU di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 49-61.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2005). *Perilaku Organisasi Buku 1 Edisi ke Lima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusumawati, D., & Syukur, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Komunikasi Word of Mouth. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46-55.
- Latiff, Z. A., Rezai, G., Mohamed, Z., & Ayob, M. A. (2015). Food Labels' Impact Assessment on Consumer Behavior in Malaysia. *Journal of Food Products Marketing*, 1-14.

- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 15-24.
- Madiawati, P. N., & Pradana, M. (2016). Celebrity and Halal Certificates Factors Influence on Customers' Buying Interest. *Actual Problems of Economics*, 109-116.
- Mangkunegara. (2005). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Martin, S. L., Javalgi, R. G., & Cavusgil, E. (2016). Marketing Capabilities, Positional Advantage, and Performance of Born Global Firms : Contingent Effect of Ambidextrous Innovation. *International Business Review*, 1-17.
- Mathew, V. N., Raudah, A. N., & Nurazizah, S. (2014). Acceptance on Halal Food Among Non-Muslim Consumers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 262-271.
- Mathis, R., & Jackson. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maylina, D., & Mulazid, A. S. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality, Cutomer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah. *Jurnal Pemikiran Islam*, 89-106.
- Mira, W. S., & Meily, M. (2012). Pengaruh Servant Leadership Terhadap Komitmen Organisasi dan OCB. *Jurnal Manajemn*, 189-206.
- Misnarum, M., Rois, A., & Muhammad, H. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-14.
- Mokhlis, S. (2008). Consumer Religiosity and The Importance of Store Attributes. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 122-133.
- Morgan, N. A. (2012). Marketing Performance and Business. *Springer*, 102-119.
- Muhamad, N., Shiem, V., & Mizerski, L. D. (2016). Consumer Knowledge and Religious Rulings on Products : Young Muslim Consumer's Pepective. *Journal of Islamic Marketing*, 1-26.
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to Choose Halal Products : The Role of Religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 108-120.

- Murty, H., & Srimulyani, V. A. (2013). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemeditasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 10-17.
- Murty, W. A., & Gunasti, H. (2012). Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi. *The Indonesian Accounting Review*, 215-228.
- Mustikowati, R. I., & Wilujeng, S. (2016). Religiusitas dan Kewirausahaan; Faktor Kritis dalam Mencapai Kinerja Bisnis Pada UKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 102-113.
- Nadir, M. (2016). Pengaruh Servant Leadership, Karakteristik Individu, Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional dan Kinerja Aparatut Sipil Negara Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat. *Jurnal Pendidikan Papatudzu*, 38-50.
- Narastika, A. R., & Yasa, N. N. (2017). Peran Inovasi dan Keunggulan Bersaing Memeditasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-20.
- Nasib. (2017). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT. Toyota Auto 2000 Cabang Sisingamangraja Medan. *Journal of Business Studies*, 30-50.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, 79-87.
- Nasution, M. D., & Rossanty, Y. (2018). Contry of Origin as A Moderator of Halal Label and Purchase Behavior. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 194-201.
- Neuschel, P. R. (2008). *Pemimpin yang Melayani*. Jakarta: Akademia.
- Nugraha, R., Mawardi, K. M., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 113-120.
- Nurhayati, T., & Hendar. (2018). Personal Intrinsic Reigiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention Role of Halal Product Awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 1-18.

- Othman, K., Jamaludin, M. A., Salleh, M. M., & Ramli, M. A. (2019). Halal Awareness Among Orang Asli in Sungai Chiong Village, Banding Lake, Perak. *Journal of Fatwa Management and Research*, 52-63.
- Pool, J. K., & Najafabadi, A. H. (2015). Developing A Model to Analyse The Effects of Brand Construcsts on Word of Mouth and Purchase Intention for Halal Brands. *Journal Global Business Advancement*, 342-353.
- Potocan, V. (2013). Marketing Capabilities For Innovation Based Competitive Advantage in The Slovenian Market. *Innovative Issues and Approaches in Social Science*, 118-132.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peram Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-33.
- Pramitasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-33.
- Prasetyo, H. A., & Soni, H. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek dan Diskon Harga Terhadap Niat Pembelian Dengan Mediasi Citra Restoran Seafood New Javana di Surabaya. *JBB*, 13-32.
- Putri, I. S., Daryanti, S., & Ningtias, A. R. (2018). The Influence of Knowledge and Religiosity With Mediation of Attitude Toward The Intention of Repurchasing Halal Cosmetics. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 173-177.
- Putri, N. N., Andi, T. H., & Mukeri, W. (2016). Efektifitas Atmospher dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta. *Journal of Management*, 1-17.
- Rachmawati, E. (2018). Product Knowledge Review on The Purchase Decision. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 338-340.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products : Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 148-163.

- Ranto, D. W. (2013). Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1-11.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 213-219.
- Riyadi, S. (2014). Pengaruh Kompensasi Finansial, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen*, 40-45.
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Jurnal Ecodemica*, 27-35.
- Roziqin, M. Z. (2010). *Kepuasan Kerja Malang*. Malang: Averroes Press.
- Sadeeqa, S., Sarriff, A., Masood, I., & Farooqui, M. (2013). Knowledge, Attitude and Perception Regarding Halal Pharmaceuticals, Among Academicians in Various Universities of Malaysia. *Journal of Educational Research and Development*, 191-202.
- Said, M., Hassan, F., Musa, R., & N.A, R. (2014). Assesing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 120-128.
- Salleh, N. M. (2016). Does Halal Image Strenghten Consumer Intention to Patronize Halal Stores? Some Insights from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 1-13.
- Sapitri, & Ranty. (2016). Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PLN Area Pekanbaru. *JOM FISIP*, 1-9.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business : A Skill Building Approach*. New York: John Wiley.
- Sihombing, D. H., & Sanaji. (2016). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Konsumen Internet 4G Plus Indosat Ooredoo di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 264-272.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Srimulyani, V. A. (2013). Dampak Servant Leadership Terhadap Pembelajaran Organisasi dan Kinerja Guru. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 42-53.

- Sudrajat, R. H., Berlian, P. S., & Cindy, N. P. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli. *Procceding of Management*, 972-985.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 150-153.
- Sumadi. (2017). Peran Kepercayaan Kepada Penjualan dan Label Halal Terhadap Minat Beli Daging Halal. *BENEFI Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 120-130.
- Sunaryo, & Sudiro, A. (2017). The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision : Mediating Effect of Halal Logo and Religious Beliefs on Halal Food in Malang Indonesia. *Proceedings of Sydney International Business Research Conference* (pp. 54-62). Sydney: Australian Academy of Business Leadership.
- Sunaryo, & Sudiro, A. (2017). The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision : Mediating Effect of Halal Logo and Religious Beliefs on Hhalal Food in Malang Indonesia. *Proceedings of Sydney International Business Research Conference* (pp. 54-62). Sydney: Australian Academy of Business Leadership.
- Suparyadi, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Menciptakan Keunggulan Bersaing Berbasis Kompetensi SDM*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-20.
- Sutrisno, Haryono, A. T., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-16.
- Tania, A., & Eddy, M. S. (2013). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Karyawan PT. DAI Knife di Surabaya. *AGORA*, 1-9.

- Tatilu, J., Victor, P. L., & Greis, M. S. (2014). Kepemimpinan Transaksional, Transformasional, Servant Leadership Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA*, 295-304.
- Taurisa, C. M., & Intan, R. (2012). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 170-187.
- Trenggonowati. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Trez, G., & Luce, F. B. (2012). Organizational Structure and Specialized Marketing Capabilities in SMEs. *Marketing Intelligence & Planning*, 143-164.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (1 ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Vondey, M. (2010). The Relationship Among Servant Leadership, Organizational Citizenship Behavior, Person-Organization Fit, and Organizational Identification. *International Journal of Leadership Studies*, 427.
- Wahyuni, D. U., Christiananta, B., & Eliyana, A. (2014). Influence of Organizational Commitment, Transactional Leadership, and Servant Leadership to the Work Motivation, Work Satisfaction and Work Performance of The Teachers at Private Senior High Schools in Surabaya. *Educational Research International*, 82-96.
- Wardhani, W. K., Heru, S., & Mohammad, I. (2015). Pengaruh Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Komitmen Organisasional Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Wilson, J. A., & Liu, J. (2011). The Challenges of Islamic Branding : Navigating Emotions and Halal. *Journal of Islamic Marketing*, 28-42.
- Yasid, Farhan, F., & Andriansyah. (2016). Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 27-31.
- Yasid, Farhan, F., & Andriyansyah, Y. (2016). Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 27-31.

- Yong, L. B., & Saerce, E. (2016). Pengaruh Marketing Capability Terhadap Financial Performance Dengan Innovation Capability Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Perhotelan di Surabaya. *Business Accounting Review*, 445-456.
- Yuliana, R., & Pujiastuti, Y. (2018). Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis. *Tirtayasa Ekonomika*, 320-329.
- Yulianti, R., Marijati, S., & Ahmad, R. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-12.
- Yunos, R. M., Mahmood, C., & Mansor, N. (2014). Understanding Mechanisms ti Promote Halal Industry The Stakeholders' Views. *Social and Behavioral Sciences*, 160-166.
- Yusnidar, Samsir, & Sri, R. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 311-329.