

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Firdaus. (2011). Managing Customer Preference for The Food Service Industry. *International Journal of Inovation, Management, and Technology* , 525-533.
- Aisyah, M. (2007). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan indofood. *Etikonomi* .
- Akbar, M. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Mobil Mitsubishi Xpander*. Sumatera Utara: Universitas Sumatra Utara.
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth* , 122-145.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth* , 122-145.
- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-7.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andriansyah, Y., Arifin, R., & Rachmat S, A. (2017). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen* , 98-112.
- Arista, E. D., & Triastuti, S. R. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Aset* , 37 - 45.
- Arista, E. D., & Triastuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset* , 37-45.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilson, S. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bulan, T. P., & Rizal, M. (2016). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* , 430 - 439.

- Bulan, T. P., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus Kemasan terhadap keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , 729-739.
- Chan, A. (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Poses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 43-58.
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis citra merek, harga produk dan kualitas terhadap keputusan pembelian handphone samsung pada seluruh gerai - gerai seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA* , 2288 - 2297.
- Dewi, S. N., Oktini, D. R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh citra merek terhadap minat beli sepatu Bata. *Prosiding Manajemen* , 1222 - 1228.
- Dewi, S. N., Oktini, D. R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Sepatu Bata. *Posiding Manajemen* , 1222-1228.
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dab Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 87-95.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gary, A., & Kotler, P. (2002). *Dasar-dasar Pemasarasan. Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Golnaz, Z. R., M, N., & F, E. C. (2010). Non-Muslim Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia. *Internasional food research journal* , 667-674.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS ( Center For Academic Publising Service): Yogyakarta.
- Hawa. (2007). *Label Halal*. Jakarta: Islahi.
- Izzudin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner Jember. *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers* , 287 - 294.

- Jatmiko, B. P. (2018, Maret 5). *Kompas.com*. Retrieved Juli 23, 2019, from <https://ekonomi.kompas.com>: <https://ekonomi.kompas.com>
- Josephine, C. C. (2006). *Virtual Experimental Marketing on Online Purchase Intention*. Hongkong: Proceedings of the 11th Annual Conference of Asia Pacific Decision Sciences Institute.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management, 11th Edition*. Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong. (2003). *Manajemen Pemasaran, edisi kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks 87.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian (survei pada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan laptop ber merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 75 -81.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 75-81.
- Lestari, Y. D., Susanto, J. M., Simatupang, T. M., & Yudoko, G. (2018). Intention Towards Halal Logistic. *J. Global Business Advancement* , 22-40.
- Lindung Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Timang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , 430-439.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 132-140.
- Makruf, I. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Makrufah, I. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kartasura)*. Surakarta: FEBI IAIN SURAKARTA.
- Narjono, A. I. (2012). Atribut Produk sebagai Dasar Pembelian Susu (Studi pada Swalayan Singosari Kabupaten Malang). *Ekonomika Jurnal Ekonomi* , 6-11.

- Nugraha, R., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen . *Jurnal Administrasi Bisnis* , 113-120.
- Nugraha, R., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen (survey pada mahasiswa muslim konsumen mie samyang berlogo halal korean muslim federation di Kota Malang). *Jurnal Administarsi Bisnis* , 113 - 120.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, K. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Pradipta, D. A. (2012). *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Pertamina Enduro 4T di Makasar*. Makasar: Universitas Hasanudin.
- Prodjo, W. A. (2018, September 15). *Kompas.com*. Retrieved Agustus 24, 2019, from <https://travel.kompas.com/read/2018/09/15/090500327/10-restoran-paling-diminati-masyarakat-indonesia>:  
<https://travel.kompas.com/read/2018/09/15/090500327/10-restoran-paling-diminati-masyarakat-indonesia>
- Rafita, H. Z. (2017). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetk* . UIN Raden Lintang Lampung: Skripsi.
- Rahmawati. (2018). Pengaruh Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Riset Sains manajemen* , 142-150.
- Rambe, Y. M., & Afifuddin, S. (2012). Pengaruh Pencatuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* , 36-45.
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng . *JOM FISIP* , 1-9.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integretd Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Consumer Behaviour (9 th ed) Upper Saddle River*. NJ, USA: Pearson Prentice Hall .

- Septifani, R., Fuad, A., & Imam, S. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mnajemen Teknologi* , 201-218.
- Setiawati, E., & Tyas, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung di Perumahan Villa grand Tomang Tangerang. *Proceeding SENDI\_U* , 1-14.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, & Sutarso, Y. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Suprpto, D. A., Nurmalina, R., & Fahmi, I. (2014). Faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk susu bubuk pertumbuhan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konseling* , 113 - 122.
- Suryabata, S. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Tambunan, K., & Widiyanto, I. (2012). Analisis Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. *Diponegoro Journal Of Management* , 58-66.
- Utami, & Budi, W. (2013). *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Widyastuti, D. (2011). *Analisis Pengaruh Efek Komunitas, Kekhasan Produk, Citra Merek Kepada Sikap Merek dan Implementasinya Terhadap Minat Membeli Ulang*. Semarang: UNDIP.
- Wijaya, I. P., & Nurcaya, I. N. (2017). Keputusan pelanggan memediasi kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas merek McDonalds di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* , 1534 - 1563.

