

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew. (2012) Pesan Iklan Televisi dan Personal Selling Sebagai Alat Promosi Untuk Peningkatan Pembelian Rokok. *Jurnal Sosial & Ekonomi*.
- Anggitan, Rizana.( 2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 7 (9): 1-18.
- Artina Burhan. (2017). Strategi Penyaluran Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal (Jakarta:Press Computindo)
- Asriah, Dewi. ( 2017). Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Perilaku Pembelian Produk di Masyarakat, *Jurnal Riset Bisnis Syariah dan Manajemen Vol.17*
- Dawood, D., Khan. (2015). Impact of Marketing Mix On Consumer Buying Behaviour In Organic Product Bharathiar University. *International Journal of Research in Finance and Marketing*, 6 (10): 43-54.
- Elmas, Muhammad Syarif Hidayarullah. (2016). Pengaruh Positioning Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Restoran C-Bezt Fried Chicken Pitin, *Dinamika Global:Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal, Probolinggo:UPM,2016*
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Ghanimata, f., Mustafa, k. (2012). Aalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang).
- Ghulam, Shabbir Khan Niazi, Javaria Siddiqui, Burhan Ali Shah, and Ahmed Imran Hunjra. (2012). Effective Advertising and its Influence on Consumer Buying Behavior. *Information Management and Business Revie*, 4 (3): 114-119
- Harahap, Mutiara Rinda Sadly, (2014), Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Perempuan Muslim di Kota Medan, Universitas Sumatera UtaraMedan
- Hawkins, D.I., David L.M., dan Roger J.Best. (2018). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy Tenth Edition*. McGrawHill Irwin. American New York.

- Ishak, A., & Zhafitri, L. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Cots. *Jurnal Siasat Bisnis*, 55-66.
- Istiana.,(2012). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Beli dan Perilaku beli Produk Susu Ultra High Temperature. *Jurnal Fakultas Peternakan Universitas Gajahmada, Yogyakarta*, Hal.507-512
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Maharani, Astri Dhiah. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *E-Journal UNDIP : Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*
- Malik., Muhammad Ehsan, Muhammad Mudasar Ghafoor, and Hafiz Kashif Iqbal. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3 No. 23; December 2012, p: 123-129
- Muhammad. (2019). Penilaian Produk Halal dan Informasi Sebagai Bentuk Sikap Tabayyun Ketika Menerima Informasidi Sosial MediadanInternet,Bibliotika,*Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 2, No. 1, Depok: Universitas Indonesia,h.34
- Mulyaningrum. (2018). “Perilaku Masyarakat Sunda Dalam Mengkonsumsi Produk Halal Di Kota Bandung”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol.11,No.1,Februari 2018 hal.38
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer. *Journal of Service Science and Management*.
- Pratiwi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating. *Publikasi Ilmiah UMS*. ISBN: 978-602-361-067-9
- Rohmewati. (2012). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda matic beat (studi kasus pada PT Nusantara solar salite). *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Samart, D. 2016. *The Marketing Mix Strategy Model to Influencing the Decision to Purchase Ready-to-Drink (RTD) Green Teas among University Students*

in Bangkok Metropolitan Region, Thailand: *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 9 (1): 90-103

Semuel, H., & Wijaya, N. (2010,). *Service Quality, Percieve Value, Satosfaction, Trust, dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 4, No. 1, 23-37

Soltani, Morteza., Mohammad Rahim Esfidani, Gholamreza Jandaghi, and Nima Soltaninejad. (2016). *The effect of service quality on private brand image and purchase intention in the chain stores of ETKA*. 2016. *World Scientific News*. Vol. 47(2), 2016, p: 202-216.

Sugiyono. 2013. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

*Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 No1*

Utami, Wahyui, (2013), *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Kosmetik Wardah Dioutlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Zahra,N.Hayyuna.,Suharyono.,Edy Yulianto.(2016). *Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Sikap Dan Minat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 37(2):192-199