

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2014. *Aaker On Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Abratt, R., and Kleyn, N. 2012. *Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations*. *Journal of Europe Marketing*, Vol.46, pp.1048-1063.
- Adisasmitho, dan Wiku. 2010. Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Dalam Labeling Obat dan Makanan. *Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*.
- Alfian, Ian., dan Muslim Marpaung. 2017. Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At-Tawassuth*, Vol.2 No.1, Hal.122-145.
- Alim, Shilachul Alfinul., M Kholid Mawardi., dan Aniesa Samira Bafadhhal. 2018. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.62 No.1, Hal.127-134.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Andriansyah, Yusuf., Rois Arifin., dan Afi Rachmat. 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*. Hal.98-112.
- Andriyanto, Njo Evan., Herlina Budiono., Hendra Wiyanto. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan *Corporate Branding* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* Samsung Melalui *Brand Equity* Sebagai Mediasi Pada Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Conference on Management and Behavioral Studies Universitas Tarumanagara*, Hal.251-262.
- Burhanuddin, S. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang : UIN MALIKI PRESS.
- Farid, dan Faridha, Syarifah. 2017. Pengaruh *Corporate Branding* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, Vol. 8, No. 2, Hal.134-156.

- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Penerbit CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. 2013. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill, Irwin.
- Hidayat, Wanda. 2018. Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Citra Merek (*Brand Image*) Sebagai Variabel Intervening. *Artikel Ilmiah*, Hal.1-17.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laksana, Fajar. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lindung Bulan, Tengku Putri. 2016. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.5, No.1, Hal.430-439.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 201. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J. Paul., dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saladin, Djaslim. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*, CV. Linda Karya, Bandung.

- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputri, Noviana Dwi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Di Surakarta. Naskah Publikasi, Hal.1-15.
- Schiffman, Leon. And Kanuk, Leslie Lazar. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Indeks.
- Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sopiah., dan Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu Dharmmesta., dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi. 3. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Utami, Wahyu Budi. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Dioutlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Wheeler, Alina. 2012. *Designing Brand Identity*. New York : John Willey & Sons Inc.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. Pengaruh Label Halal Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol.VI No.2, Hal.83-98.
- Zuliana Rofiqoh. 2012. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instant INDOFOOD*. Skripsi Mahasiswa Ekonomi Islam, Semarang, IAIN Walisongo Semarang.