

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. 2012. *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding*, 1819-1830.
- Abdul Latif, ZA., Mohammed, ZA., Rezai, G dan Kamaruzzaman, NH. 2013. *The Impact of Food Labelling on Purchasing Behavior Among Non-Muslim Consumers in Klang Valley*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences. Edisi ke-7
- Ahmad, M., Kadir, S.A., Salehudin, N.A. 2013, *Perceptions and Behaviour's of Muslims and Non-Muslims Towards Halal Products*, Journal of Social and Development Sciences, Vol. 4 No. 6, pp. 249-257.
- Almatsier, Sunita. 2001. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Al-Qur'an. Al-Baqarah : 168 dan 173.
- Ann, MF. 2008. *The digital consumer valuable partner for product development and production, Cloth. Textiles Res. J.*, 26 (2): 177-190.
- Anggraeni, Maya. 2016. *Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek, dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli Ulang Produk*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behaviour 6th Edition*. New York: Thompson Learning.
- As'ad, M. 2003. *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty.
- A.W, Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Ke-6. Yogyakarta : Andi
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2010. *Statistik Indonesia Tahun 2010*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Bimo, Walgito, 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bonne, K, & Verbeke, W. 2006. *Muslim Consumer's Motivations towards Meat Consumption in Belgium: Insights from a Means-End Chain Approach*. Journal Anthropology of Food, 5(1), 1-24.
- Cahyati, Rikka. 2016. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945. Samarinda.
- Chaplin, J.P. 2005. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Rajawali Pres
- Charty, E. Jerome. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi V. Jakarta : Erlangga.
- Dinawan. 2010. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Dewan Ekonomi Nasional. 2014. *Outlook Energi Indonesia 2014*. Jakarta : Sekretariat Jenderal Dewan Ekonomi Nasional.

- Fung, RYK., Chong, SPY. And Wang, Y. 2004. *A Framework of Product Styling Platform Approach:styling as intangible modules. Concurr. Eng.*,12 (2).
- Giraud, G. 2001. *Entre marques et labels comment s'orientent les choix des consommateurs.* Francaise.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan.* Yogyakarta : CAPS.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jeddi, Nabil., dan Imed Zaiem. 2010. *The Impact of Label Halal Perception on The Consumer's Purchase Intention: An application on food products.* Journals IBIMA Business Review Vol. 2010.
- Kurniawan, Petrus. 2017. *Hubungan Persepsi Konsumen Tentang Kehalalan Produk Samyang dan Terpaan Persuasi Reference Group Terhadap Minat Beli Produk Samyang.* Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Ke-11. Jilid 2. Alih bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran,* Edisi ke-12. Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- , 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran.* Edisi Ke-9. Jilid 1. Jakarta : PT.Indeks Gramedia.
- Lameshow, S. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan.* UGM. Jakarta
- Laura, King. 2016. *Psikologi Umum.* Jakarta Pusat : Salemba Humanika.
- Larosa, Septhani Rebeka. 2011. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Leliana, Suryandari. 2004. *Persepsi Harga Jual dalam Perilaku Belanja Konsumen.* Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- Lucas,D. Blaine dan Steuart H. Britt. 2000. *Advertising Psychology and Research.* New York:McGraw-Hill Book Company
- MC, Charty dan Perrefault. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Ke-5.* Jakarta : Erlangga
- Miftah, Thoha. 2003. *Perilaku Organisasi : Konsep Dasar dan Aplikasinya.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam,* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nugraha, Ranu., Muhammad,KH, dan Anies,SB. 2017. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen.* Jurnal Administrasi Vol 50.

- Rahmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Rambe, Yuli Mutia dan Affifudin. 2012. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol 1, No.1.
- Rao, AR., dan Monroe, KB. 1988. *The moderating effect of prior knowledge on cue utilization in product evaluations*. *J.Consum,Res.*, 15:253-264.
- Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara RI Tahun 2014. Sekretariat Negara.Jakarta.
- Riaz, Mian N., dan Chaundry,Muhammad M. 2004. *Halal Food Production*. Boca Raton, FL : CRC Press.
- Robbins, Stephen P. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi ke-5. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sarwono. 1996. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta : Bulan Bintang.
- Shaleh, Abdul Rahman. 2009. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Kencana.
- Shafie, S., & Othman, M. N. 2006. *Halal Certification: International Marketing Issues and Challenges*. Paper Presented At The Ifsa Vii World Congress Berlin, Germany.
- Siswoyo, Dwi. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Soesilawati, Endang S. 2010. *Perilaku Konsumsi Muslim dalam Mengkonsumsi Makanan Halal*. Jurnal Indonesia Vol 3.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Suharman, 2005. *Psikologi Kognitif*. Jakarta : Aneka Karya Cipta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit IPB Press.
- Sunaryo, 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta:EGC
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*. Jakarta : LP3ES.
- Wahyuni, Meika. 2015. *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Walgito. 1999. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Waskito, Danang. 2015. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Younus, Sohail, Faiza,Rashed., dan Anas,Zia. 2015. *Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention*. USA : Journal Vol. 15.

Yudrik, Jahja. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Kencana

Yuliani, Oki. 2015. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Daya Tarik dan Minat Beli Masyarakat Muslim Di Steak Ranjang Bandung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Komputer Indonesia.