

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Agusti, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Al-Qaradawi, Y.A. (1995), *The Lawful and the Prohibited in Islam*, Al-Falah Foundation, Cairo Sakr AH.1996: *Understanding Halal Foods: Fallacies and Facts*, Foundation For Islamic Knowledge, Chicago, IL.
- Ambali, A.R. and Bakar, A.N. (2013), "*Halal food and products in Malaysia: people's awareness and policy implications*", Intellectual Discourse, Vol. 21, No. 1, pp. 7-32.
- Fischer, J. (2011), *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*, Palgrave Macmillan, New York.
- Ghozali, Iman. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Michaelidou, N. and Hassan, L.M. (2008), "*The role of health consciousness, food safety concern, and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food*", International Journal of Consumer Studies, Vol. 32, No. 2, pp. 163-170.
- Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran), Bogor: Kencana, 2003, Cet 1, hlm. 413-415.
- Permerintah Indonesia. 1999. Peraturan Pemerintah nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan.
- Philip Kotler, Keller, Kevin Lane. 2003. Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, pengendalian.
- Philip Kotler dan Gerry Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997, Jld 1.
- Philip kotler dan Gerry Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002, Eds.Millennium, hlm. 187-191.
- Sekaran, dalam kutipan buku mengurai variabel hingga instrumen, 2003

- Stanton, J. William. Walker Bruce J dan Etzel Michael J 2004, Marketing, Edisi kesebelas. Jilid 1 Erlangga:Jakarta.
- Suharsimi, Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumarwan, Ujang. 2001. Perilaku Konsumen. Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R&D. Bandung.
- Sugiyono dan Agus Susanto. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL. Bandung : ALFABETA.
- Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, cet. 3, hlm 3-4.
- Widodo, T. (2013), "*The influence of Muslim consumer's perception toward halal food product on attitude and purchase intentionat retail stores*",3 Inovbiz, Vol. 1, No. 1, pp. 3-20.
- Widoyoko, E. Putro. 2012. Teknik Penelitian Instrumen Penelitian.
- Wilson, J.A.J. and Liu, J. (2011), "*The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal*", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2, No. 2, pp. 28-42.
- Zakaria, Z. (2008), "*Tapping into the world halal market: some discussions on Malaysian laws and standards*", *Shariah Journal*, Vol. 16, pp. 603-616.