

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, 2016, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali.
- Agustian, E.H. Dan Sujana. (2013), “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Produk Wall’s Conello”, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 1, No. 2, pp. 169-178.
- Amelia, L. R., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2015), “The Influence Of Marketing Mix Variables On Purchase Decision And Customer Satisfaction (Case study of Customer of Vitiara Rent Car Malang)”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 28, No. 2.
- Amrullah, A. R. & Agustin, S. (2016), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat”, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 7.
- Arianto, Nurmin. (2016), “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Aqua”, Vol. 3, No. 2. April.
- Assauri, Sofjan, 2004, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Press.
- Basu, Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen), Yogyakarta: BPFE UGM.
- Bulan, Tengku, PL. (2016), “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 1. Mei.
- Danang, Sunyoto, 2014, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Dr. Mirabi, V., Hamid, A. & Hamid, T. (2015), “A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran”, Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology, Vol. 2 Issue 1, January.
- Ferdinand, Augusty, 2006, Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fortuna, I.B. 2018, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Aqua Di Kota Bandar Lampung)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Ghozali, Imam, 2012, Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20, Cetakan VI, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonga, Marcel, V. (2018), "Dampak Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Meal In Cup", Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 3, No. 4. Oktober.
- Gunawan, Adisaputro, 2014, Manajemen Pemasaran : Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit : Unit Penerbit dan Percetakan STIE YKPN. Jakarta.
- Harahap, D., Nando Faizal dan Masbula Nasution. (2018), "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan". Vol. 4, No. 2, Hal 185-204. Juli-Desember.
- Hariadi, D. dan Martoatmodjo, S. (2012), "Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Proyektor Microvision", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 1(8).
- Hidayah, E.R. 2016, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)", Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Jani, P.R. dan Devilla Sari. (2018), "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nutrition Shake Herbalife Di Kota Jakarta", E-Proceeding of Management, Vol. 5, No. 2. Agustus.
- Kotler, Philip, 2003, Marketing Management, p. 84, 11th edition, Prentice Hall Int'l, New Jersey.
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, 2016, Marketing Management 15th edition, United States, Pearson.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, Fajar, 2008, Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lotulung, Selvany Chichilia. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv. Tristar Jaya Globalindo Manado". Jurnal EMBA 817 Vol. 3, No. 3, Hal 817-826, Sept. 2015.

- Murni, Yanti dan Fauzia Yulika. (2017), "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek SMS Pada Masyarakat VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman", *Menara Ilmu*, Vol XI, Jilid 2, No. 78. November.
- Nugroho, Novemy, T. (2015), "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan", *Jurnal Pemasaran*, Vol. 8, No. 1. April.
- Oladepo, O. I. & Abimbola, O.S. (2015), "The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria", *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 4, pp. 97-109.
- Ong, I.A. Dan Sugiarto. (2013), "Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Grand City, Surabaya", *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1.2, 1-11.
- Priyatno, Duwi, 2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media.
- Qadhafi, N.E. 2017, "Pengaruh WOM (Word of Mouth), Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Air Mineral Dzakya", Skripsi, Institut Agama Islam Surakarta.
- Rambe, Y.M. dan Syaad Afifuddin. (2013), "Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1.1.
- Saputri, Noviana, D. 2017, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Di Surakarta", Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono, 2009, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso, 2010, *Marketing in Practic*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunaryo, Achmad Sudiro. (2017), "The Impact Of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal logo and Religious beliefs on Halal Food in Malang Indonesia", *Proceedings of Sydney International Business Research Conference*. March.
- Suryani, Tatik, 2008, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryanto. (2016), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk (Studi Kasus Pada PT Simongan Plastik Factory Semarang)”, Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, Vol. 2, No. 1, h. 39.

Tariq, M., Nawaz, M. and Butt, H. (2013), “Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market”, Journal of Basic and Applied Scientific Research, 3(2)340-347.

Tjiptono, Fandy, 2000, Strategi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husain, 2003, Metode Riset Akutansi Terapan, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Umar, Husein, 2010, Riset Pemasaran dan Perilaku Pemasaran, h. 176, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.