

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Processes. *Academia Press.Inc*, 50, 179–211.
- Ancok, D. dan S. F. N. (2011). *Psikologi Islami Solusi Islami Atas Problem Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ancok, J., & Suroso, F. (2005). *Psikologi islami: Solusi islam atas problem problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Angelina, L. D. dan J. E. (2014). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pelanggan. *Manajemen Pemasaran*, 8(2).
- Anggelina, J. p. "Jessvita dan E. J. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan Sogo Departement Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2, 1–7.
- Anoraga, P. (2010). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Astogini, D., & Wahyudini. (2014). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ekonomi, Binis, Dan Akuntansi*, 13, 1.
- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Baron R M and Kenny, D. . (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research Conceptual strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Delener, N. (1994). Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns Their Dimensions and Marketing Implications. *Journal of Marketing*, 28(Their Dimensions and Marketing Implications), 36–53.
- Dermawan, W. (2003). *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Duriyanto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft and Fresh di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1).
- Dwiwiyati Astogini et al. (2011). *Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*. Universitas Jenderal Soedirman.

- Febby, I., & Firmansyah. (2010). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Pasien Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kesehatan. Universitas Diponegoro.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proram IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Ghufron, M. . (2012). *Psikologi Epistemologis: Kepercayaan tentang Hakekat Pengetahuan dan bagaimana Mengetahui Perspektif Psikologi*. Yogyakarta: Penerbit Idea Press.
- Glock, C. & Stark, R. (1966). *Religion and Society In Tension Chicago*. University of California.
- Glock, & Stark. (1970). *The Nature of Religious Commitment*. University of California Press.
- Jalaluddin. (2010a). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jalaluddin. (2010b). *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. Scientific Software International. In *Scientific Software*.
- Joseph, H. (2009). *Essential Of Marketing*. McGraw-Hill.
- Jusmaliani, & Nasution, H. (2008). Religiosity Aspect in Consumer Behaviour Determinants of Halal Meat Consumption Centre of Economic and Development Studies. *Indonesian Institute of Sciences Department of Marketing*.
- Kotler, P. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Manajemen Pemasaran.
- Kuncoro, M. (2009). *Mahir Menulis*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro Mudarajat. (2001). *Metode Kuantitatif* (3rd ed.). Yogyakarta: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi.
- Kusuma, I. D., & Untarini, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli

- dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. . (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: salemba empat.
- Mukhtar & Butt, M. M. (2012). Intention to Choose Halal Products The Role of Religiosity. *Journal of Islamic Marketing*.
- Nashori, F., & Diana, R. (2002). *Mengembangkan Kreativitas dalam Prespektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- Qardhawi, Y. (2002). *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Quraish, S. (1997). *Wawasan Al-Quran*. Bandung: Mizan.
- Rahmah. (2011). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahman. (n.d.). Consumers and Halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior*. Pearson education limited.
- Rohmatun, Indah, K., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Jurnal Ecodemica*, 1.
- Rois Ekawati Lh. (2016). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Dan Perceived Behavioural Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel halal. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(11).
- Santoso & Ashari. (2005). *Analisis Statistic dengan Microsoft excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Costumer Behavior*. Australia: Pearson Education Australia.
- Shiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. Prenhalindo.
- Siswanto. (2007). *Kesehatan Mental Konsep, Cakupan dan Perkembangan*. Yogyakarta: ANDI.
- Stark, G., & Roland, R. (1993). *Dimensi-Dimensi Keberagamaan Dalam Agama Dalam Analisa dan interpretasi Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.

- Subagyo & Djarwanto. (2005). *Statistik Induktif* (5th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Subagyo, P. & D. (2005). *Statistika Induktif* (5th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Statistika untuk penelitian.
- Sugiyono. (2009a). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2009b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thouless, R. (2000). *pengantar psikologi agama*. Jakarta: pengantar psikologi agama.