

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis Dahlan, et.al (eds), *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta: Ichtiar van Hoeve, 2003), h. 506.
- Aaker, David, A. (1996), *Building Strong Brands 1 st ed.*, The Free Press : New York.
- Anton Apriyantodonan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), hlm. 24.
- Ássael. Henry. (1998), *Consumer Behaviour. Ohio: Shout-Western Collage Publishing.*
- Bagian Proyek Pembinaan Pangan Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat dan Penyelenggaraan Haji, *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003), hlm.1.
- Baker, Ahmad. 2010. *On Islamic Branding: Brands as Good Deeds. On Journal of Islamic Marketing*. Vol. 1 No. 2. Pp: 101-106
- Bian, Xuemei and Luiz Moutinho. 2011. The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfits. *European Journal of Marketing*. 45(1/2): pp: 191-216
- Dholakia, U. M. (2001). A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1340-1362.
- Dwi Wahyu Pril Ranto, *JBMA – Vol. I, No. 2, Februari 2013*, menciptakan *Islamic branding* sebagai strategi menarik minat beli konsumen.
- Ghozali, Imam. (2013). *Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 edisi ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. 2016. tahap-tahap atau proses keputusan pembelian konsumen, gomarketingstrategic.com/tahap-tahap-atau-proses-keputusan-pembelian-konsumen/amp/, 19 desember 2018.
- Halal center UNAIR, 2018, Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Halal di Indonesia,

<https://doktorhalal.wordpress.com/2017/09/25/kesadaran-halal-dan-edukasi-pencerdasan-konsumen/>. 19 desember 2018.

Issa, ZM., H. Hamdan, WRW. Muda and K. Jusoff (2009), Practices of Food Producers in Producing Halal Food Products in Malaysia, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1 (7): 53-63/

Kotler, Philip. 2000, *Marketing Management*, Millenium Editions, Prentice Hall Inc.

_____. 2002. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13 Jakarta Erlangga.

Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga/

Kwon, K.-N., Lee, M.-H., & Jin Kwon, Y. (2008). The effect of perceived product characteristics on private brand purchases. *Journal of Consumer Marketing*, 25(2), 105-114.

Majid, M. B., Sabir, I., & Ashraf, T. (2015). Consumer Purchase Intention towards Halal Cosmetics & Personal Care Products in Pakistan, *I(1)*, 47–55.

Margono S. Drs. 2007. *Metologi Penelitian Pendidikan Komponen MKDK*. PT. Rineka Cipta, Jakarta

Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*; Ed. Revisi II. Jakarta. Rajawali Pers.

Maulana, Achmad. (2008). *Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Absolut.

Muhammad `Ali al-Ḥusaini al-Jurjani al-Ḥanafi, *At-Ta`rifāt* (Beirut: Dār al-Kutub al-`Ilmiyyah, 2003), h. 97.

Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 145 – 154.

Muktiadin latofah, membangun kesadaran akan pentingnya pangan halal, 2014
Nur khomariyah, (2017), pengaruh kesadaran halal, *Islamic branding*, dan *product ingredients* terhadap minat produk Luwak White koffee, IAIN Surakarta.

- Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444-456.
- Philip Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Ching Tiong Tan, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Terjemahan Fandy Tjiptono* (Yogyakarta: Andi, 1999), hlm. 223.
- Rajagopal, S. (2002). Halal certification : implication for marketers in UAE. <http://doi.org/10.1108/17590831111139857>.
- Republika.co.id, 2015
- Kusumawardhini, S.S. Hati, S.R.H. Daryanti, S, 2016, *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement*, eISSN: 2357-1330.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. jilid 1. Edisi 12. Terjemahan: Bob Sabran, M.M Jakarta: PT Prenhalindo
- Setiaji, Bambang. (2009). *Jalan Mudah ke Analisis Kuantitatif*. Surakarta: Al-Es'af Press.
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- Sevills, Consuelo G. et. Al (2007). *Research methods*. Rex printing company. Quezon city
- Shaari, J. A. N. And Arifin, N. S. (2010) *Dimensi of Halal Purchase Intention:A*
- Sugiyono. 2016 *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*. Bandung: Alfabeta : 148
- Sugiyono. 2013 *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif dan kuantitatif dan RnD*. Bandung: Alfabeta Hal.62
- Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2014.
- Sofan Hasan. 2014. *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, hlm. 187-188
- Tafsir ibnu katsir Referensi: <https://tafsirweb.com/category/002-surat-al-baqarah>

Tafsir jalalain. <https://tafsir.learn-quran.co/id/>

Tafsir ibnu katsir.. <https://tafsir.learn-quran.co/id/>

Tafsir Universitas Islam Madinah 100. <https://tafsirweb.com/1984-surat-al-maidah-ayat-100.html>

Tafsir Al-Muyassar. <https://amraini.com/tafsir-surah-al-maidah-ayat-88-qs-588/>, Tafsir Surah Al Maidah Ayat 88 (QS.5:88)

Tafsir ibnu katsir, <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-2-al-baqarah/ayat-168#>

Tafsir la-Muyassar, al-Muyassar / Dr. Shalih Alu Syaikh et al., Menteri Agama KHA, diangkat 1420 H, Referensi: c/1236-surat-ali-imran-ayat-104.html

Tafsir al jalallain, Tafsir al maidah ayat 87 <http://antalalai.com/quran/perayat.php?ayat&nomorsurat=5&nomorayat=87>

Tengku putri lindung bulan, jurnal manajemen dan keuangan, *VOL.5, NO.1, MEI 2016*, Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

Wilson, J.A.J., & Liu, J. (2010). Shaping the halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107-123.

Yusuf al-Qaradawi, *Op.Cit.* h. 22-24.

Yunus, S.N.N.M., Wan, E.W.R., Norafifa, M.A, Norhidayah, M.R. (2013).

Quester, P., and A. L. Lim. 2003. Product involvement/brand loyalty: is there a link. *Journal of Product & Brand Management*. 12(1): pp: 22-38.

Zunirah Talib, Suhaiza Zailani dan Yusserie Zainuddin, *Conceptualizations on the sDimensions for Halal Orientation for Food Manufacturers: A Study in the Context of Malaysia*, *Pakistan Journal of Social Sciences*