



DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an dan Terjemahannya

Agustina, dan Sujan. 2013. *Pengaruh Labelisasi halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Walls Conello)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vo 1 No.2

Ali, Yunus. 2012. *Halal Branding: A Study of Moslem Consumers Perspective. On Proceedings of The 2nd Global Islamic Marketing Conference*. Abu Dhabi. Pp 1-6

Aziz, A.Y., dan Vui, C.N. 2013. *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.*

Cannon, Pereault, & Mc Carthy, 2008, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* terjemahan Afia r Fitria dan Ria Cahaya. Jakarta: PT. Salemba Empat

Durianto, D., dan Liana, C. 2004. *Analisis efektifitas iklan televise "softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya menggunakan consumer decision model*. jurnal ekonomi perusahaan. Vol 11 no 1 ISSN:0854 – 8153.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : UNDIP.

Ghozali, Imam. 2002. *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*. Surabaya: PutraPelajar.

Hadiati, Nur Endah. 2014. *Consumer's Purchasing Behavior Toward Halal Labeled Cosmetic's In Indonesia*. Jakarta Selatan: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 22, No.1.

Henry Sinamora. 2008. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*, hlm 502., Jakarta: Salemba Empat.

Kirana, Dewi Windisukma. 2015. *Pengaruh kesadaran halal terhadap sikap dan implikasinya terhadap minat beli ulang*: Universitas Diponegoro Semarang

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaram. Edisi kedelapan jilid 1*. Alih bahasa Domos Sihombin, M.B.A. Jakarta: Erlangga.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.
- Maulana, Achmad. 2008. *Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Absolut.
- Maunaza, Afianka, 2012. "Pengaruh brand image terhadap minat bbeli konsumen (studi pada maskapai penerbangan lion air sebagai low cost carrier)". Skripsi
- Muhammad bin Shlih Al- Utsaimin. "Halal dan Haram dalam Islam". Ummul Qura. Solo
- Naufal Faris. 2014. "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah". Skripsi
- Nugroho, 2013. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Makanan Halal Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol I No.2*.
- Rizki, F., Yasin, H. 2014. *Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama pt. Nailah adi kurnia sei mencirim medan. Jurnal manajemen & bisnis vol 14 no. 02 issn 1693-7619*.
- Sari Utami. 2017. "Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, Dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal". Skripsi
- Siregar, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Jakarta.
- Sugiono, 2016. *Metode Penelitian Manajemen*, Alfa Beta: Bandung
- Tai, Jacky dan Chew. 2012. *Brand Management*. Jakarta: Indeks
- Temporal, Paul. "Islamic Branding and Marketing". Wiley. 2011
- Tjipto, Fandi, dan Candra, Gregorius, dkk, 2008, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wahyu Dwi. 2013. *Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*. JBMA – Vol. I
- Yunus, S.N,N,M, Wan, E.W.R., Norafifa, M.A (2013). *Muslim's purchase intention, towards Non-Muslim's Halal Packaged Food*

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

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

<http://www.kemenperin.go.id>

<http://www.topbrand-award.com>

www.marketing.co.id

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU