

## DAFTAR RUJUKAN

### BUKU

ADESy, FORDEBI. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Depok: Rajawali Pers, 2017.

Al-Quran, Bandung: PT SygmaExamediaArkanleema, 2013.

Al-Quran, Depok: Al-Huda, 2005.

Budianto, Apri. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015.

Diana, Ilfi Nur. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: UIN MALIKI PRESS, 2012.

Djakfar, Muhammad. *Hukum Bisnis*, Malang: UIN Maliki Press, 2013.

Efendi, Sujoko. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi*, BanyumediaPublishing, 2004.

Enterprise, Jubilee. *SPSS Untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex media Komputindo, 2014.

Ferrinadewi, Erna. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Fitriah, Maria. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish, Juli-2018.

Ghufron, M.Nur, Rini Risnawita S, *Teori-teori Psikologi*, Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2016

- Hasan, Ikbal. *Analisis Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar Aplikasi, dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran; Analisis, perencanaan, dan pengendalian Jilid 1 (Edisi Kelima)*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke 12*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.
- . *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2011.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Marthon, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global Edisi Revisi*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007).
- Miru, Ahmadi & Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Mukhit, Abd.. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, Malang: Intimedia, 2012.

- Nisfiannoor, Muhammad. *Pendekatan Statistik Modern Untuk Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba humanika, 2009.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Pelu, Muhammad Ibnu Elmi As. *Label Halal*, Malang: Madani, 2009.
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikroekonomi Edisi Keenam Jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: CV weda group, 2017.
- Qardhawi, Yusuf al, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rangkuti, Freddy. *The Power of Brand*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Rochaety, Eti, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS*, Jakarta: Mitra Wacana media, 2009.
- Rosyidi, Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2009.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama, 2010.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013.
- . *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Sudarmanto, Gunawan. *Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IBM SPSS Statistics 19*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012)
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Supangat, Andi. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Interensi, dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sutopo, Yeri dan Achmad Slamet, *Statistik Inferensial*, Yogyakarta: Andi, 2017.
- Suwiknyo, Dwi. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam: Buku Referensi Program Studi Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Pamekasan: STAIN Press. 2012.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Wijaya, Toni. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.

## JURNAL

- Adhim, Fauzan, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren”, *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, Volume 5, Nomor 2, (Juni 2009), hlm.135-136. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id/> (Diakses pada tanggal 30 November 2020 pukul 13.00 WIB)
- Fure, Hendra. “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional BersehatiCelaca” *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 3 (September 2013). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023/1609> (Diakses pada tanggal 08 April 2020 pukul 10.00 WIB)
- Hanjaya, Sanny. Pengaruh Kualitas Produk, “Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk CapraLatte”, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 2*, (Juni 2016).<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/140> (Diakses pada tanggal 13 Februari 2020 pukul 10.00 WIB)
- Maharani, Novita Kusuma, dan Ani Silvia, “ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL”, *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam Vol. 3, No. 1*, (Juni 2019). <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/article/view/3643> (Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 pukul 11.00 WIB)
- Rochmanto, Bayu Al dan Ibnu Widiyanto. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen dalam Niat Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang)”, *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 4, Nomor 1*, (Tahun 2015), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13024/12582> (Diakses pada tanggal 27 Oktober 2019 pukul 10.00 WIB)
- Rohmatun, Karina Indah dan Citra Kusuma Dewi, “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap”, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 1 (April 2017), <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1420/pdf> (Diakses pada tanggal 11 Februari 2020, pukul 10.00 WIB)
- Ekawati Labibah Handayani Rois, “Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan Perceived Behavioral control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan

Ringan Berlabel Halal”, *Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi* (UNY, 2016) <https://eprints.uny.ac.id/view/doctype/thesis/2016.html> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2020 pukul 22.00 WIB)

Rosidi, Ali dkk, “Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal”, *Universitas Muhammadiyah Semarang*.  
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/jgizi/article/view/4349/4026>  
(Diakses pada tanggal 9 Februari 2020 pukul 09.35 WIB)

Salehudin, I. & Mukhlis, B.M. “Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan”, in *Ikatan Alumni FEUI (Ed.), Dulu mendengar sekarang bicara: kumpulan tulisan ekonom muda FEUI* (pp. 293-305). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI 2012.

Salim, KenSudarti dan Bakhrul Ulum, “Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang”, *EKOBIS Vol. 20, No.2*, (Juli 2019).  
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/download/4974/3154>  
(Diakses pada tanggal 11 Maret 2020 pukul 10.15 WIB)

Santoso, Imam dan Siti Asmaul Mustaniroh, Dodyk Pranowo, “Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial”, *Jur. Ilm. Kel. &Kons., Vol. 11, No.2*. (Mei 2018)  
<https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jikk/article/view/14785/14961>  
(Diakses pada tanggal 7 Februari 2020 pukul 10.15 WIB)

Sudarti, Ken dan Rio Dananto Lazuardi, “Kontribusi Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Sikap Dalam Pembentukan Niat Beli”, *Majalah Ilmiah Solusi Vol. 16, No. 3* (JULI 2018),  
<http://repository.usm.ac.id/files/journalnas/B258/20181219034909-Majalah-Ilmiah-Solusi--Volume-16-no.3-Edisi-Juli-2018.pdf#page=17> (Diakses pada tanggal 12 April 2020 pukul 20.00 WIB)

Susanti, Ratna dan Dwi HastjarjaKustijana, “Efek dari *Country Of Origin* dan Pengetahuan Produk Pada Evaluasi Produk dan Niat Pembelian Produk Sepeda Motor” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10, No. 1*, (April 2010).  
<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/367/327>  
(Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 pukul 10.30 WIB)

Valentine, Elizabeth dan Sunaryo, “Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli melalui Sikap Pada Produk Kerajinan Keramik Dinoyo - Kota Malang”, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/2797/2508> (Diakses pada tanggal 08 April 2020 pukul 10.00 WIB)

Vristiyana, Visca Mirza. “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus pada Industri Makanan)”, *EKOBIS Vol.20, No.1*, (Januari 2019). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/view/4055/2864> (Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 pukul 09.30 WIB)

Wardana, Candra Kusuma. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Niat Mengonsumsi Produk Makanan Halal dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Produk MieSamyang di Daerah Istimewa Yogyakarta)”, *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/24149/Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2020 pukul 09.30 WIB)

Indarto Candra Yoesmanan, “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Presepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 7 No. 2* (Februari 2015), hlm.134. [https://www.researchgate.net/publication/327773125\\_Pengaruh\\_Pengetahuan\\_Produk\\_dan\\_Persepsi\\_Kualitas\\_Produk\\_terhadap\\_Keputusan\\_Pembelian\\_pada\\_Kosmetik\\_Organik](https://www.researchgate.net/publication/327773125_Pengaruh_Pengetahuan_Produk_dan_Persepsi_Kualitas_Produk_terhadap_Keputusan_Pembelian_pada_Kosmetik_Organik) (Diakses pada tanggal 12 Mei 2020 pukul 20.30 WIB)

## SKRIPSI

Rochmanto, Bayu Al .“*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen dalam Niat Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang*”, (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2014). <http://eprints.undip.ac.id/45181/> (Diakses pada tanggal 27 Oktober 2019 pukul 09.00 WIB)

Safrida, Rifa Ira. “*Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk dan Nilai yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampak Pada Loyalitas Konsumen Wardah Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)*”, Skripsi, Universitas Lampung,

<http://digilib.unila.ac.id/7744/> (Diakses pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.30 WIB)

Tafjirah, Husnul. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembeli Produk KFC (Studi pada KFC Hertasning Makassar)”, (Skripsi, UIN Alauddin, Makassar, 2017).

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7176/1/Husnul%20Tafjirah.pdf>

(Diakses pada tanggal 13 Februari 2020 pukul 10.30 WIB)

Zahro’i, Nurfika. “Pengaruh Pendapatan, Brand Produk, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal di Tulungagung”, Skripsi, IAIN Tulungagung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7648/> (Diakses pada tanggal 06 Februari 2020 pukul 10.30 WIB)

## INTERNET

BPS Jawa Timur (Diakses melalui <https://jatim.bps.go.id/> pada tanggal 08 Februari pukul 12:30 WIB)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/24/berapa-jumlah-penduduk-muslim-indonesia> (Diakses pada tanggal 05 Februari 2020 pukul 10:45 WIB)

[http://repository.unpas.ac.id/5954/5/06\\_BAB%203%20bismillah\\_FINISH\\_OK%20Osidang%20akhir.pdf](http://repository.unpas.ac.id/5954/5/06_BAB%203%20bismillah_FINISH_OK%20Osidang%20akhir.pdf) (Diakses pada tanggal 12 Mei 2020 pukul 20.45 WIB)

<https://www.facebook.com/notes/must-be-halal/daftar-beberapa-produk-makanan-haram-atau-diragukan-kehalalannya-berdasarkan-sya/380476428651/> (Diakses pada tanggal 08 Februari 2020 pukul 13:30 WIB)

<https://www.halalmui.org/> (Diakses pada tanggal 11 Maret 2020 pukul 10.00 WIB)

MUI, “Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika, Majelis Ulama Indonesia”



Pemerintah Indonesia. *Peraturan Pemerintah No 69 tahun 1999*. Tentang Label dan Iklan.

Proyek Pembinaan Pangan Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, (Departemen Agama RI, 2003).