

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L, 2009, *Brand equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brands*, Lawrence Equilibrium Associates, Hillsdale.
- Ancok, D., & Suroso, 2011, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, PustakaBelajar, Yogyakarta.
- Assael, Henry, 2001, *Consumer Behaviour 6th Edition*, Thompson Learning, New York.
- Augustinah, Fedianty., & Dwijosusilo, Kristyan, 2018, Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian, *SKETSA BISNIS*, 5(1): 49-59.
- Augusty, F, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Azwar, S, 2015, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Darpito, Surpiko Hapsoro, 2011, Membangun Value-Based Marketing sebagai Upaya Penciptaan Daya Saing Berkelanjutan\_ProSIDING Seminar Nasional Call For Paper "Membangun dan Meningkatkan Daya Saing Nasional di Era Keterbukaan Ekonomi, *Fakultas Ekonomi UPN" Veteteran" Yogyakarta*, 228-241.
- Golnaz R, Z., S. Mad Nasir, Eddie Chiew, 2010, Non Muslim Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia, *International Food Research Journal*, 667-674.
- Harahap, A, 2018, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan). *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, 5(2): 34-40.

ideaonline.co.id, (2018, 7 Desember), Bersertifikasi Halal, Ternyata Begini Perbedaan Kulkas Ini dengan Lemari Es Lainnya!, Diakses pada 1 Februari 2021 dari <https://idea.grid.id/read/091254419/bersertifikasi-halal-ternyata-begini-perbedaan-kulkas-ini-dengan-lemari-es-lainnya?page=all>

Jalaluddin, 2010, *Psikologi Agama*, Rajawali Pers, Jakarta.

Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B. and De Li, S, 2001, Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency, *Journal of Research in Crime and Delinquency*, Vol. 38 No.1: 22-44.

Kamaluddin, K., & Muhajirin, M, 2018, Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal Akrab Juara*, 3(3): 113-122.

Kamilah, G., & Aniek Wahyuati, 2017, Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2): 1-18

Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/halal> , diakses pada Jumat, 13 November 2020 pukul 07.15 WIB

Kotler, P. dan Keller, K.L, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, Erlangga, Jakarta.

\_\_\_\_\_, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13* Erlangga, Jakarta.

\_\_\_\_\_, 2010, *Manajemen pemasaran. Edisi 13 jilid 1 dan 2* Erlangga, Jakarta.

Kumparan.com, (2018, 4 Mei), Kisah Lemari Es Berlabel Halal yang Jadi Gunjingan Warganet, Diakses pada 1 Februari 2021 dari

<https://kumparan.com/kumparannews/kisah-lemari-es-berlabel-halal-yang-jadi-gunjungan-warganet/full>

Kurniaputri, M. R. dan Usman, H, 2020, Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3): 450-458.

Mahmud. Amir, 2017, Kajian Hadis tentang Halal, Haram, dan Syubhat. *Jurnal Adabiyah* Vol. 17 Nomor 2/2017

Mowen, J. C., & Minor, M, 2002, *Perilaku konsumen*. Erlangga, Jakarta.

Putri, Y. A, 2019, Pengaruh Bauran Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137-144.

Rangkuti, 2010, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara.

Roziq, Ahmad, 2018, Analisis Kesejahteraan Dalam Konsep Islam Falah Dengan Pola Konsumsi Rumah Tangga Sebagai Variabel Mediasi, *Tesis*, UIN Maulana Malik Ibrahim

Sekaran, U. dan Bougie, R. 2017, *Metode Penelitian Untuk Bisnis (Pengembangan Pendekatan-Keahlian) Edisi 6 Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta.

Sharp.id, Product, <https://id.sharp/products/home-appliances/sj-316gc-sd?v=1652>. Diakses pada 24 Desember 2020

Simamora, Henry, 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*. Salemba empat, Jakarta.

Sufi Fauzia, D. R., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S., 2019, Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1): 37-46.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Alfabeta, Bandung.

Suhardi, Dadang dan Rika Irmayanti, 2019, Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1): 53-62.

Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Thouless, H. Robert, 1995, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta

Top Brand Award, 2020, Top Brand Index Lemari Es 2020, Diakses 6 November 2020, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2020/01/lemari-es-fase-1-2020/>

Utami, W. B., 2013, Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim Annisa Yogyakarta), *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

Vristiyana, V. M., 2019, Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 85-100.