

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja Adrian Junio dan Tarigan Zeplin Jiwa Husada. 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap keputusan Pembelian Sepatu Converse, *Jurnal Agora* 7, no.3.
- Adiwidjaja Adrian Junio, Tarigan Zeplin Jiwa Husada, 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, *agora*, vol. 5 no. 3.
- Ahmad Abaidah And Yahya. 2016. *A Study On Halal Food Awareness Among Muslim Consumen In Klang*, in 4th International Conference On Business On economic Research.
- Ambadar Jackie, dkk. 2007. *Mengelola Merek*, (Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri).
- Arifin Johar. 2017. *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo).
- Ariwidodo Bagus. 2009. Studi Mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Pasca Sarjana (Studi Kasus Program Pasca Sarjana Diponegoro), (*Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*), Vol 3, No. 02.
- Ashori Muslich dan Iswati Sri. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press).
- Astogini Dwiwiyati, dkk. 2011. *Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*, (JEBA), Vol 13, No. 1, 3.
- Awan, Siddiquel dan Haider. 2015. "Factors Affecting Halal Purchase intention-Evidence From Pakistan's Food sector", *Management Research Review*.
- Ayuningtyas Kartika, Gunawan Hendra. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di AplikasiBukalapak Pada Makasiswa Politeknik Negeri Batam, *Jurnal Of Applied Business Administration*, Vol 2, No. 01.

- Aziz Yuhanis Abdul, Vui Nyen. 2013. "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, And Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach," *Jurnal of International Food & Agribusiness Marketing* 25, doi: 10.1080/08974438.2013.723997.
- chalil Zaki Fuad. 2009. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga).
- Charity May Lim. 2017. "Jaminan Produk Halal di Indonesia (Halal Products Guarantee in Indonesia)," *Jurnal Legislasi Indonesia*, vol. 14, no. 01.
- Duli Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Fatihudin Didin. 2015. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, (Surabaya: Zifatama Publisher).
- Fauzan Muh. Rizky, dkk. 2015. Pengaruh Kepercayaan Merek, Periklanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Isotonik Mizone Di Kota Palu, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol 1, No. 01.
- Ferrinade Erna. Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene d Surabaya.
- Firmansyah Anang. 2019. *Pemasaran (dasar dan konsep)*, Qiara Media.
- Firmansyah Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Pasuruan: Qiara Media).
- Fitrah Muh. dan Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: Jejak).
- Gani Irwan dan Amalia Siti. 2015. *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi Offset).

- Ghazali Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Hamdi Asep Saepul. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Hapsari Distya Riski, dkk. 2019. Studi Kasus Pengaruh logo Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor, *Jurnal Agroindustri Halal*, vol. 2, no. 2.
- Hapsi Distya Riski, dkk. 2019. Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor, *Jurnal Agroindustri Halal* 5 (2), 196-203.
- Hariadi Doni dan Martoatmojo Soebari. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Proyektor Microvision, *Jurnal Ilmu dan Manajemen* Vol.i No.2.
- Hartati Ralang, Peran Negara Dalam Jaminan Produk Halal, *Jurnal adil*, Vol. 1, No. 1.
- Hayati Neuneung Ratna dan Sambas Ivan Gumilar. 2007. *Modul Praktikum Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*, (Bandung: Universitas Widyatama).
- Hayati Neuneung Ratna, Sambas Ivan Gumilar. 2007. *Modul Praktikum Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*, (Bandung: Universitas Widyatama).
- Indra Jaya, *Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenadamedia, 2019), 27.
- Istiqomah, dkk. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang, *Progress Convergence*, Vol 2.
- Iswandi Mei dan Ester Stephanie. 2020. pengaruh kepercayaan merek, kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pelanggan di supermarket Gelael MT Haryono, *Jurnal Gici*, Vol 12, No. 01.

- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: PT Indeks).
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Edisi 12 Jilid 1*, Terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga).
- Kotler Philip dan Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 2*, (Jakarta: PT Indeks).
- Kotler Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*, terj. Jaka Wasana, (Jakarta: Erlangga, 1999).
- Mardalena Novi Tria, dkk. 2008. "Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk luxury Fashion Brand dengan Gender Sebagai Moderating pada Pemasaran Media Sosial di Kota Banda Aceh," *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah* Vol 2, No.
- Mardiana Nila Fitri, dkk. 2020. Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponegoro, *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis Vol. 3, No. 1*.
- maulana Acmad. 2008. *Kamus Ilmiah Populer: lengkap dengan eyd dan Pembukaan Istilah Serta Akronim Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Absolut).
- Muflih Muhammad. 2006. *Perilaku konsumen Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo ersada).
- Munir Muhammad, dkk. 2019. Pengaruh Pengetahuan halal, kesadaran halal (halal awareness) dan label halal terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura, *Agroindustrial Technology Journal* 3 (2), 95-109.
- Nasrudin Juhana, *Metodologi Penelitian Pendidikan*.
- Nasution Dito Aditia Darma dan Barus Mika Debara Br. 2019. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan*

*Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*,  
(Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia).

Nawari. 2010. *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*,  
(Jakarta: Elex Media Komputindo).

Noor Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi,  
dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana).

Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer  
pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. (Pranada  
Media Group, Jakarta).

Pedoman Transliterasi Arab Latin hasil keputusan bersama (SKB)  
Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I.  
Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Pratama Dhio Panji, dkk. 2013. “Pengaruh Threat Emotions,  
Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Susu Anlene Actifit (Studi kasus pada lotte  
mart jl. Majapahit semarang)”, *Diponegoro Journal Of Social  
And Politik*.

Pratama Ferdian Adi dan Dwiarta I Made Bagus. 2017. Pengaruh Brand  
Trust dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian  
Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Beat di Kecamatan  
Karangpilang, Kota Surabaya, *Majalah Ekonomi*, vol 22, no.  
1.

Pratama Ferdian Adi, Dwiarta I Made Bagus. Pengaruh Brand Trust dan  
Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen  
Produk Sepeda Motor Honda Beat di Kecamatan  
Karangpilang, Kota Surabaya, *Majalah Ekonomi*, Vol XXII  
No. 1 ISSN 1411-9501.

Pratiwi Agmertya Ayu Kusuma. 2013. Pengaruh Threat Emotions,  
Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Susu Anlene Actifit, *Diponegoro Journal  
Of Social and Politic*.

- Pratiwi Agmertya Kusuma Ayu. 2014. Merek dan Kesan Kualitas Terhadap Keutusan Pembelian Ulang, *jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2, no. 04.
- Purnomo Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: Wade Group).
- Purwoto Agus. 2017. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*, (Jakarta: Grasindo).
- Raco J.R.. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo).
- Rafiq Muhammad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Merek Terhadap Loyalitas Merek, *Jurnal Optimal*, vol. 3, No. 1.
- Riyanto Slamet dan Hatmawan Agus Andhita. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Rodiques Yolanda, dkk. 2018. Peran Brand Trust Memediasi Hubungan Brand Imag dnegan Brand Loyalty (studi pada konsumen Iphone di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3, 2018: 1310-1338. ISSN: 2302-8912, Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Rukajat Ajat. 2015. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*, (Surabaya: Airlangga University Press).
- Setyaningsih Eka Diyah, Marwansyah Sofyan. 2009. "The Effect of Halal Certification and Halal Awareness Through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products," *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* Vol. 3, No. 1.
- Siagian Dergibson dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).

- Simamora Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Gramedia Pustaka Utama).
- Siregar Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana).
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implikasi*. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 148.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Sundari Siti. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Phi-Phi Thai Tea pada Masyarakat (Muslim) Pekanbaru, Riau.
- Suryana Yaya. 2015. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia).
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana).
- Suryowati Budi, Nurhasanah. 2020. Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal, (*Jurnal Komplexitas*), Vol 9, No. 11.
- Susanto, Wijarnako Himawan. 2004. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta: PT Mizan Publika).
- Tjahyadi Rully. 2006. *Brand Trust* dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek, *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1.

- Unaradjan Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya).
- Vristiyana Visca Mirza.2019. Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal. (*EKOBIS*, 2019), Vol 20, No. 1.
- Walker Boyd L. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Ahli Bahasa Oleh Imam Nurmawan, (jakarta: Erlangga).
- Wicaksono Yudhy. 2006. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006).
- Widyaningrum Premi Wahyu. 2019. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Selebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. vol 2. No. 02.
- Wilujeng Sri Rahayuning. 2013. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame, *Jurnal Manajemen, Bisnis, Telekomunikasi dan Informatika* 6 (3).
- Wulandari Ni Made Rahayu, Nurcahya I Ketut. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Clear Shampoo* Di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 11.
- Yeri Sutopo. 2017. *Statistik Inferensial*, (Yogyakarta: Andi Offset).
- Zebuah Ade Jermawinsyah. 2018. Analisis Identitas Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota, (*Jurnal Manajemen Pemasaran*), Vol 12, No. 02.
- Zuhriyah Khilmatus, dkk, “Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal,”e- *Jurnal Riset Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis*.



Chalil Rifyal Dahlawy, dkk. 2020. *Brand, Islamic Branding & Reading, "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global"*, (Depok: Rajawali Pers).

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta).

