

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y. & Vui, C.N., 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.
- Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017).
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 131.
- Ahmad, N.A., Abaidah, T.N.T., & Yahya, M. H. A., A Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang, 2013, *Klang, Malaysia*, 1073-1087.
- Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM MUI, 1998), 124-125.
- Bambang Rudito dan Melia Femiola, *CSR: Corporate Social Responsibility*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2013), 1.
- Bonus Giwang Pambudi, Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap MINat Beli Produk Mie Instan, skripsi Ilmu Administrasi Bisnis 2018, 14-15
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 142-143.
- Dewi Kirana Windisukma dan Ibnu Widiyanto, Sikap Masyarakat Muslim terhadap Produk Makanan Non-Halal di Kota Semarang, *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 2015, 1-12.
- Endang Tjiroesmi dan Diah Setiari, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta: LIPI Press, 2014), 96.
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2004), 82-83.
- Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika, Persepsi Label Halal bagi Remaja Sebagai Indikator dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research, *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 1(3), 2017, 180-195.

- Himawan Adinegoro dan Martini Rahayu, Prospek Pengembangan Produk Halal pada Industri di Indonesia dalam Rangka Memasuki Abad 21, *Prosiding Seminar Tek.Pangan*, 1997, 230.
- Iman Setya Budi, Persepsi Dosen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari terhadap Produk Makanan Berlabel Halal, *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2), 2020, 146-162.
- Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, 2003), 151-160.
- Majelis Ulama Indonesia, <http://mui.or.id/id/category/profile-organsiasi/sejarah-mui/>, diakses pada hari Senin, 5 Juli 2021, Pukul 10.22 WIB
- Muchtar Ali, Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produen Industri Halal, *Ahkam: Kementrian Agama Republik Indonesia*, XVI(2), 2016, 292.
- Nadia Wulan Daru dan Moch. Khoirul Anwar, Presepsi Konsumen Muslim terhadap Produk Ms Glow yang Bersertifikat Halal di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 2019,15-24.
- Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 143.
- Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 46.
- Nurantonio Setyo Saputro, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 21(2), 2010, 132-133.
- Nur Hadiati Endah, Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 2014.
- Rahmat Rahmatullah (2012), Konsep Dasar CSR (online).Tersedia: <http://www.rahmatullah.net/2012/01/konsep-dasar-CSR.html>
- Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*, Yogyakarta: Agro, 2011), 6-7.
- Rini Elvira, “Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim tentang Masalah terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya pada Komoditas Halal”, *Jurnal Manhaj*, 4(2), 2016.

- Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 32.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.
- Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasi di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 179.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 247.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 249.
- Tabib Al-Asfar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Rohani*, (Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2003), 125.
- Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framwork for PR Praktitioners*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 7.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab 1 Pasal 1 Butir ke-3. Tersedia: www.hukumonline.com
- Yani Mulyaningsih, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta: LIPI Press, 2009), 122.
- Yazid Abu Fida, *Ensiklopedi Halal Haram Makanan*, (Solo: Pustaka Arafah, 2014), 21.
- Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia, 2011, 30.