

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, Departemen. 2003. *Produksi Halal*. Departemen Agama RI. Jakarta.
- Alfian, Ian dan Muslim Marpuang. 2017. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. At-Tawassuth, Vol. 2, No.1.
- Amir, Amri. 2019. *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Pustaka Muda. Jakarta..
- Amir, Amri. 2016. *Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan)*. Jurnal Prespektif Pembiayaan Dn Pembangunan Daerah. Diunduh 28 Maret 2019..
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Databoks. 2019. Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama (2010-2050). Indonesia. www.databoks.katadata.co.id. Dan di akses 27 Maret 2019.
- Globalreligiousfutures. 2019. PEW-TEMPLETON GLOBAL RELIOUS FUTURES PROJECT. www.globalreligiousfutures.org. . diakses 27 Maret 2019.
- Kotler, Philip. dan Gery Amstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Upper Seddle River: Pearson. –
- Kotler, Philip dan Kevein Keller. 2016. *Marketing Management (Global Edition) 15th Edition*. Upper Seddle River: Pearson. –
- Kusnandar, Viva Budy. 2019. Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama (2010-2050). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/04/berapa-jumlah-penduduk-muslim-indonesia>. Diakses 27 Maret 2019.
- Lindung, tengku Putri dan M. Rizal. 2016. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap keputusan Pemblian Sosis di kuala Simpang kabupaten aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vo.5, No.1. Universitas Samudera. Diunduh 26 Maret 2019.
- Purba, Kartika Fidesia. Luhut Sihombing. Dan Salmiah. 2013. *Estimasi Pangsa Pasar dari Berbagai Jenis Produk Mie Instan dengan Menggunakan Rantai Markov Di Kota Medan*. JOURNAL ON SOCIAL ECONOMIC. Universitas Sumatera Utara. Di unduh 26 Maret 2019.
- Peraturan Menteri Kesehatan No. 346/men. Kes/per/IX/1983.
- Peraturan Pemerintah No.69. thn 1999, Label Halal, dan Iklan pangan.

Peraturan Pemerintah Pasal 10 dan Pasal 9.

Saputra, Igg. 2015. *Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Instan Indomie Di Bandar Lampung*. Skripsi Universitas Lampung..

Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Yogyakarta Stie YKPN. Yogyakarta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2013. *Metode Penilitan Kombinasi (Mixed Methode)*. Alfabeta. Bandung.

Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasarang*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Stanto. dan William J. 2004. *Marketing*. McGraw-Hill. Boston.

Syarif Chaudhry, Muhammad. 2012. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Kencana. Jakarta.

Top Brand Award. 2019. Top Brand Index Fase 1 2014-2019 dalam kemasan BAG. Indonesia. www.topbrand-award.com. . Diakses 27 Maret 2019.

Umar, Husain. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 28D.

Undang-undang Pangan Pasal 30 Ayat 2 e.

Widodo, Tri. 2015. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada produk Indomie*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surajarta.

YunitaSari, Vivi dan Moch. Khoirul Anwar. 2019. *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor pada mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Ekonomi Islam Vol.2, No. 1. Universitas Negeri Surabaya. Diunduh 26 Maret 2019.