

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Thamrin & Tranti Francis. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2017.
- Bungin, M. Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*. Malang: UIN-Maliki Press. 2011.
- Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Fuad, Muhammad, Nurbaya Siti & Amirullah. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Indomedia Pustaka. 2017.
- Glynn, Mark S & Woodside Arch G. *Advances in Business Marketing & Purchasing Volume 18 Business-to-Business Marketing Management: Strategies, Cases, and Solutions*. UK: Emerald Group. 2012.
- Jr, Walter Whimer, Knowles Patricia & Gowses Roger. *Nonprofit Marketing Marketing Management for Charitable and Nongovernmental Organizations*. London: Sage Publications. 2006.
- Kevin, Lane Keller. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 2013.
- Kotler, Philip & Armstrong Gary. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 2008.
- Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.

Lodhi, Azhar ul-Haq. *Understanding Halal Food Supply Chain*. London: HFRC UK Ltd. 2009.

Majelis Ulama Indonesia. *Himpunan Fatwa MUI Sejak 1975*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2014.

Mamang, Sangadji Etta & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI). 2013.

Maolani, Rukaesih A. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: FMIPA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. 2010.

Morissan. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.

Morissan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.

Nirmala, Dyah & Janie, Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press. 2012.

Rosyadi, M. Tabah & Mahbubi Akhmad. *Optimasi Rantai Pasok Komoditas Utama Daging Halal, Nasional, Menuju Indonesia Sebagai Pusat Pangan Halal Dunia*. Tangerang: Cinta Buku Media. 2015.

Santoso. *Statistika Hopitalis*. Yogyakarta: Deepublish. 2016.

Shimp, Terence A & Andrew J. Craig. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: South-Westren Cengage Learning. 2013.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press. 2011.

Sigh, Anurag & Duhan Punita. *Managing Public Relations and Brand Image through Social Media*. USA: Business Science Reference (an imprint of IGI Global). 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.

Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS. 2013.

Sunyoto, Danang. *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service). 2014.

Tieman, Marco. *Halal SuperHighway A Command & Control Blueprint for Halal Supply Chains*. Germany: GRIN Verlag GmbH. 2011.

Trott, Sangeeta & Sople Vinod V. *Brand Equity An Indian Perspective*. Delhi: PHI Learning Private Limited. 2016.

Wilson, Jerry S & Bluenenthal Ira. *Managing Brand You Seven Steps to Creating Your Most Successful Self*. New York: Amacom. 2008.

Woodside, Ach G, Megehee Carol M & Ogle Alfred. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research Volume 3 Perspectives on Cross-Cultural, Ethnographic, Brand Image, Storytelling, Unconscious Needs, and Hospitality Guest Research*. UK: Emerald Books. 2009.

Zulham. *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana. 2018.

## **Jurnal**

Andriansyah, Yusuf, Arifin Rois, S. Afi Rachmat dengan judul “**Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Racek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)**”. e- Jurnal Riset Manajemen, Volume 6, Nomor 2 Agustus 2017, ISSN: 2302-6200, Hal. 98-112.

Imamuddin, M dengan judul “**Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017**”. EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies, Volume 1, No. 1, Januari-Juli 2017, ISSN : 2614- 7890, Hal. 34-47.

Khairani Khairani dengan judul “**The Effect of Brand Image and Food Safety on the Purchase Decision of Samyang Noodles Product to The Students of Faculty of Economics and Business of University of North Sumatra Medan**”. *Jurnal IJLRES -International*

*Journal on Language, Research and Education Studies, Volume 2, Nomor 2, 2018, ISSN: 2580-6777, Hal. 266-280.*

Rizan, Mohammad, Handayani Kartika Lestari, RP Agung Kresnamurti dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indmie dan Mie Sedaap)”**. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Volume 6, No. 1, 2015, ISSN: 2301-8313.

Sukesti, Fatmasari & Budiman Mamdukh Fatmawati Sukesti, Mamdukh Budiman dengan judul **“The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia”**. *International Journal of Business, Economics and Law*, Volume 4 Issue 1 (June) 2014, ISSN: 2289-1552.

### **Internet**

Ramdhani, Jabbar. *BPOM: Ada Importir Mi Samyang Dicabut Izin Edarnya Januari Lalu*. 19 Juni 2017. (<http://news.detik.com/berita/d-3535433/bpom-ada-importir-mi-samyang-dicabut-izin-edarnya-januari-lalu>).

Wibisono, Nuran. *Bagaimana Samyang dan Rasa Pedas akan Menguasai Dunia*. 31 Desember 2016. (<https://tirto.id/bagaimana-samyang-dan-rasa-pedas-akan-menguasai-dunia-cdtf>).