

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Agustianto. Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam, dari <https://shariaeconomics.wordpress.com/2011/02/26/mekanisme-pasar-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>.
- Alfatha, Anastasya Shofia (2020) *Strategi Marketing Communication Brand Wardah Dalam Mempromosikan Produk (Studi di PT. Paragon Technology and Innovation Wardah DC Serang)*. Diploma atau S1 thesis, UIN SMH BANTEN.
- Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2015. Departemen Agama Republik Indonesia. Syaamil Qur'an.
- Amanah, Dita. "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan." *Jurnal keuangan & bisnis* 2.1 (2010): 71-87.
- As'ad, Mahrus, Ahmad Bukhori Muslim, and Imam Ghozali Budiharjo. "Qur'anic Perspective on Empowering Humanistic Foreign Language Teaching." *Al-Bayan: Journal of Qur'an and Hadith Studies* 17.2 (2019): 168-194.
- As-Sabatin, Yusuf. "Bisnis Islami dan Kritik Terhadap Bisnis ala Kapitalis." *Terj. Yahya Abdurrahman, Al-Azhar Press, Bogor* (2011).
- Az-Zuhaili, Wahbah. "Tafsir al-Munir, Jil. 15." (2015).
- Badan Pusat Statistik. 2010. www.bps.go.id
- Basu Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), yogyakarta : PenerbitLiberty-Yogyakarta
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Bulan, Tengku Putri Lindung. "Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5.1 (2016): 431-439.
- Chen, C dan Tsai, D. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Kelompok Gramedia Indeks.

Coban, S. 2012. *The Effect of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: the Case of Cappadocia*. European Journal of Social Sciences. Vol 29 no 2.

Departemen Agama

Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.

Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani.(2012).*Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta

Dinawan, M. Rhendria. *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt Harpindo Jaya Semarang)*. Diss. UNIVERSITAS DIPONEGORO, 2010.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (5th ed.)*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghanimata, Fifyanita, and Mustafa Kamal. *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012.

Ghanimata, Fifyanita, and Mustafa Kamal. *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012.

Ghazali dan Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 37*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hailin, Qu. Kim, Lh. Im, Hh. 2011. *A Model of Destination Branding: Integrating the Concept of the Branding and Destination Image*. Tourism Management. Vol 32.

Hanif, Asya, Andriani Kusumawati, and M. Kholid Mawardi. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 38.1 (2016): 44-52.

Hanif, Asya, Andriani Kusumawati, and M. Kholid Mawardi. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 38.1 (2016): 44-52.

- Hasan, Iqbal, (2001). Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif). Jakarta : PT Bumi Aksara
- Hasan, M. Iqbal. "Pokok-pokok statistik 2 (statistik inferensif)." (2001).
- Hawa. 2007. Label Halal. Jakarta: Islahi.
- <https://journal.sociolla.com/bjglossary/kosmetik-halal/https://rumaysho.com/1677-menjual-di-atas-jualan-saudaranya.html>
- Husein Umar. 2009. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Persada
- Indrawan Poppy & Yaniawati. 2014. Metodologi Penelitian. Refika Aditama, Jakarta.
- Indrawan, Rully dan Yaniawati R Poppy. 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. PT Refika Aditama, Bandung.
- Irawan, Mul. "Mekanisme pasar Islami dalam konteks idealita dan realita (studi analisis pemikiran al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah)." *JEBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 1.1 (2015): 67-78.
- Islabi, A. A. (1997). *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: PT. Bina Ilmu Offset.
- Isnaini, Putri Rizkiah, and Yusri Abdillah. "Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Kunjung Ulang (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang termasuk dalam Kategori Generasi Millennial)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 55.2 (2018): 113-121.
- Istijanto, Oei. "Riset Sumber Daya Manusia—Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya edisi revisi." (2010).
- Istijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Karim, Adiwarmanto A. "Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan Ed 5." (2017).
- Kim, Kyungmi, Zaher Hallab, and Ju Neon Kim. "The moderating effect of travel experience in a destination on the relationship between the destination image and the intention to revisit." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 21.5 (2012): 486-505.
- Kim, Kyungmi, Zaher Hallab, and Ju Neon Kim. "The moderating effect of travel experience in a destination on the relationship between the destination image and the intention to revisit." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 21.5 (2012): 486-505.

- Kismono, Gugup. *The relationships between job embeddedness, work-family conflict, and the impact of gender on turnover intention: evidence from the Indonesian banking industry*. Diss. Curtin University, 2011.
- Kodu, Sarini. "Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013).
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine. Lane.2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2006., *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.*, Buku Dua., Salemba Empat., Jakarta
- Kotler,P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,Philip dan Keller K. L. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga,Jakarta.
- Kotler. P, dan Keller. K. 2008. *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi Ketiga belas, Jilid Satu dan Dua. Jakarta :Prenhalindo.
- Latan, H., and I. Ghozali. "Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 5.0 (Third Edit)." *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (2017).
- Lukman, Marco Dirgahadi. "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10.1 (2014).
- Lukman, Marco Dirgahadi. "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10.1 (2014).
- Lupiyoadi, Rambat. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Nanang, Martono. "Metodelogi Penelitian Kuantitatif Analisis Dan Analisis Data Sekunder Edisi 2, Cetakan Pertama." *Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada* (2014).
- Nasution, Solahuddin, M. Arif Nasution, and Janianton Damanik. "Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Sumatera Utara." (2005).
- Paramananda, Pandu and Sudaryanto, Budi (2019) *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Destinasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan
- Pitana, I G dan Diarta, K.S. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: C.V Andi.
- Qardhawi, Yusuf, (2007), Halal dan Haram dalam Islam, (p.5), Era Intermedia. Surakarta
- Qardhawi, Yusuf. "Al-Qur'an berbicara tentang akal dan ilmu pengetahuan." *Jakarta: Gema Insani* (1998).
- Rangkuti, Freddy. 2010. Strategi Promosi dan Kreatif. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. *Creating Effective Marketing Plan*. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ranjbarian, Bahram dan Pool, Javad Khazaei. 2015. *The Impact Of Perceived Value on Tourist Satisfaction and Intention to Revisit Nowshahr City Of Iran*. Journal Of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 16 (1) : 103-117.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril.,2013, "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen", JBMA AMA YKPN, Vol. 1, No. 2, Februari 2013, Yogyakarta: AMA YPK Yogyakarta.
- Robert, F. L, Patrick M. D. dan James R. 2011. Carver, Introduction to Retailing. Seventh Edition. China: South Western.
- Rofi'i, Sunhadji. "Pengertian Halal Haram Menurut Ajaran Islam, Dalam www.Halalmuibali.or.Id (10 Februari 2020).
- Sadzalia, Shovi. 2015. *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Malang*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Saladin, Djaslim. 2007. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.

- Sanusi, and C. O. Akubuo. "A survey of farm tractor management in Zamfara State." *Nigerian Journal of Technology* 32.1 (2013): 123-128.
- Selli, Rahayu. "Beralih ke kosmetik halal". Dalam <https://journal.sociolla.com> (09 Februari 2017)
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shihab, Muhammad Quraish, and D. J. Abd Syakur. *Membaca sirah Nabi Muhammad Saw. dalam sorotan al-Qur'an dan hadits-hadits shahih*. Lentera Hati, 2011.
- Sindo News. www.sindonews.com
- Sopyan and Widiyanto, Ibnu (2015) *Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sri, Wahyuni. *Pengaruh Harga, Citra merek, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Esp CW pada Bunda Motor Payakumbuh*. Diss. STKIP PGRI SUMATERA BARAT, 2017.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV.Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B*, Alfabeta.Bandung
- Sugiyono.(2009).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.Bandung:CVAlfabeta.
- Sujana, and Eri Agustian. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1.2 (2013): 169-178.
- Suliyatno (2018), *Metode Peneltiian Bisnis untuk Skripsi, Thesis & Disertasi*. (2018) (p. 187). Jakarta
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Sunhaji, Sunhaji, and Sutrimo Purnomo. "COMMUNITY PARTICIPATION PATTERN IN THE PLANNING OF ISLAMIC EDUCATION FUNDING IN TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN (TPQ) IN BANYUMAS REGENCY, CENTRAL JAVA, INDONESIA." *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam* 25.1 (2020): 43-64.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

- Suryoatmono, Bambang. "Statistika Nonparametrik dan Penerapannya dalam Penelitian Manajemen." *Media Persada* (2004).
- Suryoatmono, Bambang. 2004. "Analisis Statistika Deskriptif". <http://statistikceria.blogspot.co.id/2012/01/teori-analisisdeskriptif.html> Diakses pada tanggal 4 Januari 2018.
- Susilawati, Desy. "Cara Wardah Hadirkan Produk Kosmetik Halal". Dalam <https://republika.co.id> (25 januari 2019).
- Syafei, Rachmat. "Al-Hadits." *Bandung: Pustaka setia* (2000).
- Taber, Keith S. "The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education." *Research in Science Education* 48.6 (2018): 1273-1296.
- Tarigan, Eka Dewi Setia, Sahir, Syafrida Hafni, dan Atika Ramadhani. "Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan." *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)* 3.1 (2016). Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L. 2000. *Consumer Behaviour*, New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Tasci, Asli D A and Matin, Konzak. 2009. *Destination Brand vs Destination Image: Do We Know What We Mean?*. *Journal of Vacation Marketing*. Vol 12 no 4.
- Tasci, Asli dan Gartner, William. 2007. *Destination Image and Its Functional Relationship*.
- Temporal, Paul. 2001. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.
- Tjipto, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi III* Andi, Yogyakarta.
- [Top Brand. www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)
- Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia, Jakarta
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal
- Urfana, Millatina, and Beby Karina Fawzee Sembiring. "Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan." *Jurnal Media Informasi Manajemen* 1.3 (2013).
- Ustadz Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I. *Hidayatul Insan Bi Tafsiril Qur'an*, n.d

- Utami, Prapti. 2013. *Umbi Ajaib Tumpas Penyakit Kanker, Diabetes, Hipertensi, Stroke, Kolesterol, dan Jantung*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Wahyu Budi. "PENGARUH SELF EFFICACY, NILAI UJIAN NASIONAL, DAN GAYA BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSIANGKATAN 2012 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG." *SKRIPSI Jurusan Akuntansi-Fakultas Ekonomi UM* (2013).
- Widyaningrum, Premi. 2016. *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Wardah di Ponogoro)*. Universitas Alma Ata, Yogyakarta.
- Wiyono, Bambang Budi. 2001. *Statistik Pendidikan: Buku Bahan Ajar Mata Kuliah Statistik*. Malang: FIP UM.
- Yudiarto, Eko. "Pengaruh Harga dan Penataan Produk (Display) terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Ud. Rejeki Agung Lamongan." *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 2.1 (2019): 42-56.
- Yudiarto, Eko. "Pengaruh Harga dan Penataan Produk (Display) terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Ud. Rejeki Agung Lamongan." *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 2.1 (2019): 42-56.
- Yusuf, Qardhawi, Norma Dan Etka Ekonomi Islam, di terjemahkanoleh Zainal Arifin, Lc.(Cet. II, Jakarta: Gema Insani Press, 2014) h. 177
- Yuswohady. 2015. *Marketing to the Middle Class Muslim-Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta : Penerbit Gramedia PustakaUtama
- Zaenullah. "Kajian Akhlak dalam Kitab Washaya Al-abaa'Lil Abnaa'Karya Syaikh Muhammad Syakir." *Likhitaprajna* 19.2 (2002): 9-19.
- Zeithaml, Bitner, dan Gramler. 2013. *Service Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill Inc, New York.