

### Daftar Pustaka

- Abd Rahman et al, 2015, “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Halal Melalui Sikap”
- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N., 2012, “The role of halal awareness and halal certification in influencing non-Muslim’s purchasing intention”
- Adiwarman, Karim, 2011, “Analisa Fiqih dan Keuangan PT Rajagrafindo Persada: Jakarta”
- Ahmad, Abaidah, Yahya, 2013 “Halāl food and products in Malaysia: People’s awareness and policy implications”
- Anggelina & Japariato, 2014, “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap”
- Fishbein & Ajzen, 2011, “Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Konsumen Membeli Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 Cbs”
- Golnaz et al, 2010, “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”
- Hair et al., 2010, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal”
- Kiki, 2010, “Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah”
- Kusuma & untarini, 2014, “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Halal Melalui Sikap”
- M Borzaooei, M Asgari , 2013, “The Halal brand personality and its effect on purchase intention”
- Maghfiroh, 2015, “Faktor-faktor Yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal Lppom-mui”
- Mas’ud, Imam. 2012. “Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Kondisi Finansial Distress Perusahaan manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Akuntansi Universitas Jember, Vol 3 no 2, h. 139-159”

- Mukhtar, A., & Butt, M. M , 2012, “Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*”
- Pradipta dan Suprapti, 2013 “Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Konsumen Membeli Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 Cbs”
- Rezai, G., Mohamed, Z., & Shamsudin, M. N. , 2012, “*Halāl* food and products in Malaysia: People’s awareness and policy implications”
- Rois, E. L. H. , 2016, “Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral”
- Satapathy Subhadra, 2011, “Halal certification: Implication for marketers in UAE”
- Sekaran, U. , 2017, “Research Methods for Business E-book”
- Schifman, 2010, “Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang”
- Shaari & Arifin, 2010, “The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia”
- Yunus, S.N.N.M., Wan, E.W.R., Norafifa, M.A, Norhidayah, M.R., 2013, “Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer.”

<https://www.syariahmandiri.co.id/> ( Diakses 24 november 2017)

[www.mirajnews.com](http://www.mirajnews.com) ( Diakses 23 november 2017)

[frommarketing.blogspot.co.id](http://frommarketing.blogspot.co.id) ( Diakses 24 november 2017 )

<https://id.wikipedia.org> ( Diakses 20 november 2017 )

[www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) ( Diakses 20 November 2017 )