

DAFTAR PUSTAKA

- Alqur'an al-Karim QS. Al Baqarah: 168 dan 174 dan Al Maidah: 88 Al Baqarah: 173 serta Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim
- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and Halal cosmetic products: knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148-163.
- Afendi, N. A., Azizan, F. L., & Darami, A. I. (2014). Determinants of halal purchase intention: case in perlis. *International Journal of Business and Social Research*, 4(5), 118-123.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational behaviour and human decision processes*, Vol. 50, pp. 179-211.
- Anonymous. (2014). 80% Produk RI Belum Punya Label Halal, di Malaysia Hanya 10%. Diakses dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2517656/80-produk-ri-belum-punya-label-halal-di-malaysia-hanya-10> pada tanggal 5 Januari 2018
- Andriani, D. (2017). Ini Daftar Mie Samyang Bersertifikat Halal MUI. Diakses dari <http://industri.bisnis.com/read/20171110/12/708114/ini-daftar-mie-samyang-bersertifikat-halal-mui> pada tanggal 27 mei 2018.
- Bonne, K, Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F. dan Verbeke, W., (2007). *Determinants of halal meat consumption in France.* "British Food Journal Vol. 109, No 5, h. 367-386"
- Daerahman Z., Nur Atihirah Mohd Borkhan, & Yasinah Abdul Rahman. (2017). Determinant Factors of Consumers' Intention to Eat at Halal Certified Restaurant. *International Journal of Management and Applied Science* Volume 3, Issue-11.
- Erida, E., & Rangkuti, A. S. (2017). The Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention of Notebook With Discount Price As Moderating Variable. *Journal Of Business Studies And Mangement Review*, 1(1), 26-32.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hall, E. E., & Nurdan, S. (2016). Halal Food Consumption Intention by Turkish Immigrants. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(11), 36-40.
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *PERFORMA*, 1(2), 181-190.
- Haro, A. (2016). *Understanding TPB Model, Availability, And Information On Consumer Purchase Intention For Halal Food*. *International Journal of Business and Commerce* Vol. 5, No.08: [47-56]
- Haryono, S., 2017, METODE SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama
- Indrawan, A. (2015). *Inilah 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia*. Diakses dari <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/05/27/noywh5-inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>. pada tanggal 5 januari 2018
- Kementerian Perdagangan. (2015). *Warta Ekspor: Hidup Sehat dengan Produk Halal*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI
- Kependudukan Provinsi Yogyakarta. (2014). *Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Agama Semester I 2014*. Diakses dari <http://www.kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=1&jenisdata=penduduk&berdasarkan=agama&prop=34&kab=71&kec=00&ke1=00> pada tanggal 16 Mei 2018.
- Kotler, P., & Keller, K. L., (2016), *Marketing Management*. England: Pearson
- Kussujaniatun, S. (2011). Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, Dan Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1).
- Maichum K, Surakiat P and Ke-Chung P. 2017. *The Influence of Attitude, Knowledge and Quality on Purchase Intention towards Halal Food: A Case Study of Young Non-Muslim Consumers in Thailand*. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences* Vol.06, Issue 03 (2017) Pg. no. 354-364.

- Muzayanah, F. N., Suroso, A. I., & Najib, M. (2015). Faktor-Faktor yang memengaruhi resistensi pembelian pangan organik dan proses pendidikan konsumen. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(3), 163.
- Nasution M. D, Yossie R. and Prana U. G. (2016). *Hubungan antara Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Membeli Panganan Halal dimoderasi oleh Persepsi Konsumen atas risiko*. Jurnal ilmiah Research Sains Vol.2 No. 2 Juni 2016.
- Nam, C., Dong, H., & Lee, Y. A. (2017). Factors influencing consumers' purchase intention of green sportswear. *Fashion and Textiles*, 4(1), 2.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung. *Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 1, 2017: 21-31.
- Nursalwani Muhamad and Abdul Latif Zulariff. (2017). *The Effect of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behaviour Control Towards Intention of Muslim Youth at Public Universities in Kelantan to Consume Halal Labelled Chocolate Bar Product*. Canadian Social Science Vol. 13, No. 2, 2017, pp. 43-48.
- Peter, J.P., and Olson, J.C., (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Puspita. S. (2017). *Penjualan Samyang Halal Merosot 30 Persen*. Diakses dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/07/10/15364531/penjualan.samyang.halal.merosot.30.persen> pada 19 mei 2018.
- Rachbini W. (2018). The Relationship of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control on Halal Food Purchasing Behavior in Jakarta. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* Volume 20, Issue 1. Ver. VIII (January. 2018), PP 28-37
- Rahim, N. A., & Junos, S. (2012). The halal product acceptance model for the religious society. *Business and Management Quarterly Review*, 3(1), 17-25.
- Ramadhan, B. (2017). *Peredaran Mi Samyang Mengandung Babi di Daerah Diantisipasi*. Diakses dari <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/06/20/oru851330->

[peredaran-mi-samyang-mengandung-babi-di-daerah-diantisipasi](#) pada tanggal 5 januari 2018.

Riauwi, H. M., Hasneli, Y., & Lestari, W. (2014). Efektivitas Pendidikan Kesehatan Dengan Penerapan The Health Belief Model Terhadap Pengetahuan Keluarga Tentang Diare. *Jurnal Online Mahasiswa Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Riau*, 1(2).

Riyadh. (2014). *Arab Saudi Tarik Cokelat Cadbury*. Diakses dari <http://sumutpos.co/2014/06/03/arab-saudi-tarik-cokelat-cadbury/> pada tanggal 5 januari 2018.

Rocmanto Bayu Al dan Ibnu Widiyanto. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengonsumsi Produk Makanan Dan Minuman Halal*. Diponegoro Journal Of Management Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 1.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour*. Edisi 10. Mexico; Pearson.

Sekaran U. and Bougie R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Sumadi, S. (2016). Peranan Kepercayaan Kepada Penjual Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Daging Halal. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 120-130.

Wijanto, S. H., 2008, *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Wulandari, A. S. A., Rahyuda, I. K., & Yasa, N. N. K. (2015). The Role of Attitude In Mediating Consumer Knowledge Influence Towards The Purchase Intention Of Green Product. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(2).