

## DAFTAR PUSTAKA

- Astogini,Dwiwiwati. 2011. Aspek Reliugisitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. Vol 13. No.1
- Bulan dan Rizal. 2016. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol.5, No.1*
- Badan Pusat Statistik kota Padang Panjang. 2018
- Gujarati, D.N. 2003. *Basic Econometric*. 4<sup>th</sup> ed. New York: Mc Graw-Hill
- Edianto,Dedi.2012. *Demand Analysis Of Cosmetic Products In Sari Ayu Martha Tilaar*
- Hasan,Sofyan.2014. Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*. Vol 14. No.2
- Hasan,Sofyan.2015. Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM NO. 2 VOL. 22*
- Iranita. 2013. Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji
- Khadariah, 1994. Teori Ekonomi Mikro, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- Kurniadi, Dadang Ari. 2017. Pomade Sebagai Identitas. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*
- Kurnia Sari dan Sudardjat. 2013. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No.4*
- Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Badan POM. 2017
- Melis. 2013. Konsumsi (prinsip dan batasan perspektif islam). Noerfikri:Palembang
- Nasution. 2017. The Effect of Halal Label, Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy. *International Journal For Innovative Research In Multidisciplinary Field. Volume. 3. Issue.11*

- Pratama dan Madela. 2004. Pengantar Ilmu Ekonomi. Edisi Revisi. PT Erlangga. Jakarta
- Siahaan, Alfionita. 2015. Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame di kota Pekanbaru. *Jom Fekon* Vol 2 No 2
- Simanjuntak dan Dewantara. 2014. The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students. *Asean Marketing Journal*. Vol 6. No.2
- Soesilowati, Endang. 2010. Business opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal food Consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities* Vol. 3
- Sudarsono. 2002. Teori Ekonomika Mikro. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiarto, dkk. 2005. Ekonomi Mikro (*sebuah kajian komprehensif*), PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sukesti dan Budiman. 2014. The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 4, Issue 1
- Sukirno, Sadono. 2005. Mikroekonomi Teori Pengantar Ed.1. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sukirno, Sadono. 2006. Mikroekonomi Teori Pengantar Ed.3. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suparmoko, M. 1998. Pengantar Ekonomika Mikro. Yogyakarta: BPFE
- Swan, Johan. 2012. Sensory description labels for food affect consumer product choice. *European Journal of Marketing* Vol. 46 No. 11/12
- Tranggono. 2007. Kecantikan perempuan timur. PT Grasindo. Jakarta
- Wenny, Winarti Agri. 2016. Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Produk Coklat Terhadap Pembelian Masyarakat Muslim Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi*
- White, Gareth. 2015. Fairtrade and Halal Food Certification and Labeling: Commercial Lessons and Religious Limitations. *Journal of Macromarketing*
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2018. Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merk, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *Capital* Vol 1 No 2