

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 1*. Jakarta: Kencana, 2015.
- [2] T. Simangunsong, *Medan Coffee Guide*. Medan: CV Mitra, 2016.
- [3] B. Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- [4] J. Rahmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya, 2010.
- [5] M. Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja GrafindoPersada, 2016.
- [6] A. Gazali, *Ilmu Jiwa*. Bandung: Ganaco NV, 2011.
- [7] B. Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2013.
- [8] A. Sujanto, *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- [9] Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2015.
- [10] Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang, 2015.
- [11] Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke-3*. Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- [12] I. Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana, 2016.
- [13] M. Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- [14] Jakfar and Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2013.
- [15] M. S. HM, *Pengantar Ekonomi islam: dasar dasar dan pengembangan*. Pekanbaru: SUSKA Press, 2018.
- [16] B. S. Sunuharjo, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: Yayasan Ilmu Sosial, 2010.
- [17] E. Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- [18] Disperindag, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Cet Ke- 1*. Pekanbaru: Kanwil desperindag Provinsi Riau, 1997.
- [19] S. Sukirno, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Balai Pustaka, 2016.
- [20] M. Nitisusastro, *Kewira Usaha dan Managemen Usaha Kecil*. Jakarta: Alfabeta, 2010.
- [21] A. Mujahidin, *Ekonomi Islam Edisi Ke-1*. Jakarta: PT. Raja Grfindo Press, 2017.
- [22] M. Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Granada Press, 2017.
- [23] F. Ibrahim and H. H. Adinugraha, "Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal," *Li Falah-Jurnal Stud. Ekon. Dan Bisnis Islam*, vol. 5, no. 1, pp. 150–170, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.iainkendari.ac.id/lifalah%0D>.
- [24] Widiawati and A. A. Ridlwan, "Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikat Halal dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme," *J. JESKaP*, vol. 4, no. 2, pp. 205–228, 2020.
- [25] N. W. Daru and M. K. Anwar, "Persepsi Konsumen Muslim Terhadap

- Produk Ms Glow yang Bersertifikat Halal di Surabaya,” *J. Ekon. Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 15–24, 2019.
- [26] K. A. Nofianti and S. N. I. Rofiqoh, “Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik),” *J. Halal Prod. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 16–24, 2019.
- [27] K. F. Himawan, “Studi Eksploratori Persepsi Logo Halal LPPOM MUI Oleh Konsumen Muslim dan Non Muslim di Universitas Surabaya,” *J. Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 8, no. 1, pp. 784–797, 2019.
- [28] T. F. D. Samad, “Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta,” *FALAH J. Ekon. Syariah*, vol. 4, no. 1, pp. 1–9, 2019.
- [29] G. W. Qomaro, “Sertifikasi Halal dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan,” *Kabilah*, vol. 3, no. 2, pp. 241–251, 2018.
- [30] Ratna, “Persepsi label halal pada makanan impor halal berdasarkan faktor pekerjaan Konsumen di Indonesia,” *Ind. Res. Work. Natl. Semin.*, pp. 525–530, 2018.
- [31] Zaimah *et al.*, “Malaysia sebagai pusat halal global: Satu penemuan awal mengenai persepsi halal dalam kalangan pengguna di Malaysia,” *Geogr. OnlineTM Malaysian J. Soc. Sp.*, vol. 10, no. 6, pp. 48–56, 2017.
- [32] S. F. Hamidon and A. H. Buang, “Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM): Satu Sorotan Literatur,” *J. Shariah Law Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 105–118, 2016.
- [33] B. A. B. Iii and P. Kualitatif, “Metode Penelitian,” pp. 58–70.
- [34] A. Tanzeh and S. Arikunto, “Metode Penelitian sumber data,” *Metod. Penelit.*, pp. 22–34, 2004.
- [35] N. Y. Sulistyono, “Ekonomi,” *Repos. 19*, pp. 19–29, 2013.
- [36] Margono, “Observasi Pengamatan,” p. 158, 2005.
- [37] Meleong, “Wawancara (Interview),” p. 137, 2002.
- [38] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2020.