

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. & S. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. Boston: Pearson.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Kotler dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, juliansyah. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi dan manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarsana Indonesia

JURNAL

- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Apaolaza, V., Hartmann, P., Echebarria, C., & Barrutia, J. M. (2017). Organic label's halo effect on sensory and hedonic experience of wine: A pilot study. *Journal of Sensory Studies*, 32(1), 1–11. <https://doi.org/10.1111/joss.12243>
- Bagus Riski. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 044–053. <https://doi.org/10.54783/JSER.V4I1.38>

- Cahaya, Y. F., & Soimaturohmah, S. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Label Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula Sgm. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 161–167. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.110>
- Hasan, Sofyan., K. N., Rachmawaty, & Juliantina, F. (2014). Sertifikasi halal dalam hukum positif: regulasi dan implementasi di Indonesia / Dr. H. K.N. Sofyan Hasan, S.H.,M.H. ; editor, Dr. dr. Farida Juliantina Rachmawaty, M.Kes.
- Indratama, A.B., & Artanti, Y. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Kanji, G. K. (2012). Measuring Business Excellence. *Measuring Business Excellence*, 1–240. <https://doi.org/10.4324/9780203996737>
- Kapoor, S., Fernandes, S., & Punia, S. (2022). ‘Natural’ Label Halo effect on Consumer Buying Behavior, Purchase Intention and Willingness to Pay for Skincare Products. *Cardiometry*, 23, 741–755. <https://doi.org/10.18137/cardiometry.2022.23.741755>
- Lanero, A., Vázquez, J. L., & Sahelices-Pinto, C. (2021). Halo effect and source credibility in the evaluation of food products identified by third-party certified eco-labels: Can information prevent biased inferences? *Foods*, 10(11). <https://doi.org/10.3390/foods10112512>
- Lee, W. chen J., Shimizu, M., Kniffin, K. M., & Wansink, B. (2013). You taste what you see: Do organic labels bias taste perceptions? *Food Quality and Preference*, 29(1), 33–39. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.01.010>
- Leuthesser, L., Kohli, C. S., & Harich, K. R. (1995). Brand equity: the halo effect measure. *European Journal of Marketing*, 29(4), 57–66. <https://doi.org/10.1108/03090569510086657>
- Lutfie, H., Puspa Puji Suzanti, E., Omar Sharif, O., & Turipanam Alamanda, D. (2015). Which is more important? Halal label or product quality. *Atlantis-Press.Com*. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iscl-15/25852613>
- Maulida, L., of, I. D.-D. J., & 2019, undefined. (2019). Pengaruh Label Halal, Dukungan Selebriti, dan Ulasan Melalui Media Elektronik Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek. *Ejournal3.Undip.Ac.Id*, 8(2), 44–51. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/25559/22697>
- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh

- Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu *Madura*. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.21111/atj.v3i2.3858>
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25–29. <https://doi.org/10.19184/EJEBA.V7I1.14849>
- Ririn Damayanti. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal Terhadap Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Iklan Produk Kosmetik Sariayu). *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(1), 31–42. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i1.506>
- Sörqvist, P., Haga, A., Langeborg, L., Holmgren, M., Wallinder, M., Nörtl, A., Seager, P. B., & Marsh, J. E. (2015). The green halo: Mechanisms and limits of the eco-label effect. *Food Quality and Preference*, 43, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2015.02.001>
- Ulum, S. F., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Citra Merek Dan Labelisasi Halal Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 300. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3861>
- Wattanacharoensil, W., & La-ornual, D. (2019). A systematic review of cognitive biases in tourist decisions. *Undefined*, 75, 353–369. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2019.06.006>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/JRMB.V3I1>.
- Nicolau, Juan Luis, Mellinas, J. P., Eva, M., & Lleida. (2021). The *halo effect*. *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*.
- Nicolau, J. L., Mellinas, J. P., & Martín-Fuentes, E. (2020). The *halo effect*: A longitudinal approach. *Annals of Tourism Research*, 83(November 2019).

INTERNET

- Deterjen Haruskah Halal? - VOA-ISLAM.COM*. (n.d.). Retrieved December 19, 2022, from <https://www.voaislam.com/read/science/2019/03/27/62830/deterjen-haruskah-halal/>

Inilah Daftar Pemenang Halal Award 2019 Selengkapnya – SUARAIKLAM.ID. (n.d.). Retrieved December 19, 2022, from <https://o/suaraIslam.id/inilah-daftar-pemenang-halal-award-2019-selengkapnya/>

Unilever Indonesia Peroleh Sistem Jaminan Halal & Sertifikasi Halal untuk Pabrik & Produknya | Unilever. (n.d.). Retrieved December 19, 2022, from <https://www.Unilever.co.id/news/press-releases/2016/Unilever-Indonesia-sistem-jaminan-halal-sertifikasi-halal/>

www.Unilever.co.id. (2021). Laporan Tahunan | Unilever. *Www.Unilever.Co.Id*, 10. [https://www.Unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/laporan- Unilever Indonesia Peroleh Sistem Jaminan Halal & Sertifikasi Halal untuk Pabrik & Produknya | Unilever.](https://www.Unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/laporan-Unilever-Indonesia-Peroleh-Sistem-Jaminan-Halal-&Sertifikasi-Halal-untuk-Pabrik-&Produknya|Unilever.) (n.d.). Retrieved December 19, 2022, from <https://www.Unilever.co.id/news/press-releases/2016/Unilever-Indonesia-sistem-jaminan-halal-sertifikasi-halal/tahunan/>

Waduh! Laba Unilever (UNVR) Turun 19,6% Pada 2021. (n.d.). Retrieved December 19, 2022, from <https://www.cnbcIndonesia.com/market/20220210192425-17-314547/waduh-laba-Unilever--unvr--turun-196-pada-2021>