

DAFTAR PUSTAKA

- Abley, Jennifer. 2008. *Stated Preference Techniques and Consumer Decision Making: New Challenges to Old Assumptions*.
- Achrayanti, Witha. 2013. *Persepsi Masyarakat terhadap Peternakan Kelinci Ditinjau dari Limbah, Bau, dan Manfaat yang Ditimbulkan (Studi Kasus Kelurahan Salokaraja, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng)*. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Hassanudin.
- Ahmad, Ahlam Nuwairah, et al. 2015. Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Food and Cosmetic Products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5 (1), pp 10-13.
- Ali, M. Y. 2014. "Australian Multicultural Consumer Diversity: A Study on Muslim Consumers' Perception towards Halal Labelling". *Proceedings of the Australia New Zealand Marketing Academy Conference 2014 (ANZMAC 2014), Griffith University, Brisbane, Australia 1 - 3 December, 2014*.
- Al-Asyhar, T. 2003. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*. Jakarta : Al-Mawardi Prima.
- Al-Qaradawi, Y. 1995. *The Lawful and Prohibited in Islam*. Beirut: The Holy Alquran Publishing House.
- Ahmad, Sakr. 1996. *Understanding Halal Foods: Fallacies and Facts*. Chicago: Foundation for Islamic Knowledge.
- Ancok, D. 1997. *Penyusunan Skala Pengukur*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Universitas Gadjah Mada.
- Ariani, Dian. 2007. *Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan*. Tesis, Universitas Sumatera Utara.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VI*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assadi D. 2003. Do religions influence customer behavior? Confronting religious rules and marketing concepts. *Cahiers du CEREN* (5), pp 2–13.
- Assael, H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action (6th edn)*. Cincinnati, OH: South Western College Publishing.
- Awaliyah, Ratih Fadlilah. 2010. *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Azwar, S. 1995. *Sikap Manusia Teori dan Aplikasinya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2014*. Yogyakarta: BPS Provinsi DIY.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-blacker, F. and Verbeke, W. 2007. "Determinants of halal meat consumption in France". *British Food Journal*, 109 (5), pp. 367-86.
- Budiarto, Eko 2012. *Biostatistika untuk Kedokteran dan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: EGC.

- Dahalan, z. (2008). Kecenderungan umat islam terhadap konsep pemakanan halal: kajian diUitm pulau pinang. *Paper presented at the ecer regional conference malaysia*.
- Dali, Nuradli Ridzwan Shah Mohd, *et al.* 2007. Halal products from the consumers perception an online survey. *Presented paper at the Islamic Entrepreneurship Conference (ICEP) organized by Faculty of Economics and Muamalat, Kolej Universiti Islam Malaysia*.
- Dayang-Aniza, A. H. 2012. *Aplikasi Konsep Halal dalam Kalangan Pengusaha Restoran Melayu di Johor Bharu*. Tesis, Universiti Teknologi Malaysia, Johor.
- Delener, N. 1994. "Religious contrast in consumer decision behavior patterns: their dimensions and marketing implications". *European Journal of Marketing*, 28 (5), pp. 36-53.
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dhamayanti, Damita. 2011. *Persepsi Pekerja Wanita pada Iklan Televisi Produk Kecantikan*. Skripsi, Universitas Indonesia.
- Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Provinsi DIY. 2013. Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Provinsi DIY [Internet]. Tersedia dalam: <http://www.pendidikan-diy.go.id/dinas_v4/> [Diakses 28 Juni 2015]
- Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama. 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia.
- El-Bassiouny, N. 2014. The one-billion-plus marginalization: Toward a scholarly understanding of Islamic consumers. *Journal of Business Research*, 67, pp 42-49.
- Girindra, A. 2008. *Dari Sertifikasi Menuju Labelisasi Halal*. Jakarta: Pustaka Jurnal Halal.
- Guilford, J.P. 1956. *Psychometric Method (2nd edition)*. New York: McGraw-Hill
- Hasnah, Siti. 2011. Consumption of functional food model for Malay Muslims in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*. 2(2), pp. 104-124.
- Jogja Directory. 2013. Jogja Directory [Internet]. Tersedia dalam: <www.JogjaDirectory.com> [Diakses 28 Juni 2015]
- Karim, Muchith. 2013. *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Kementerian Agama RI Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- Kasali, Rhenald. 2006. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafitti.
- Kotler P. Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Terjemahan Jilid I)*. Erlangga. Jakarta.
- Kuzma, J.W. 1984. *Basic Statistics for The Health Sciences*. California: Mayfield Publishing Company.

- Lahamma, A. 2006. *Persepsi Peternak tentang Limbah Pertanian dalam Pemanfaatannya sebagai Pakan Ternak Sapi di Kecamatan Sukamaju Luwu Utara*. Skripsi, Universitas Hasanuddin.
- LP POM MUI. 2003. *Pedoman untuk Memperoleh Sertifikat Halal*. Semarang.
- Madanijah, S. 2004. *Pola Konsumsi Pangan dalam Pengantar Pangan dan Gizi*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mangkunegara, A A. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Mayani, Riza. 2011. *Pengaruh Persepsi terhadap Preferensi Guru SDI Al Izhar Pondok-Labu mengenai Asuransi Dana Pendidikan pada Perusahaan Asuransi Syariah*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah.
- Mohamed, Zainalabidin, et al. 2008. What are the important factors? *Economics and Technology Management Review*, 3, pp 37-45.
- Murti, Dimas Bayu. 2013. *Peran LPPOM MUI terkait Peredaran berbagai Jenis Label Halal pada Produk Makanan yang Beredar di Pasaran*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Othman, Nor. & Hashim, Azura Hanim. 2010. Consumer Perception and Behaviour towards Halal Food Consumption. *1st International Conference On Islamic Marketing And Branding (Icimb), Exploring Issues and Challenges, 29- 30 November 2010, Kuala Lumpur, Malaysia, pp 2-14*.
- Pearmain, D., Swanson, J., Kroes, E. and Bradley, M. 1991. *Stated Preference Techniques: A Guide to Practice, Second Edition*. Steer Davies Gleave and Hague Consulting Group.
- Radhiya, Salima. 2013. *Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku Terkait dengan Makanan Halal dan Pengolahannya pada Pengolah Makanan di Kantin Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*. Skripsi, Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada.
- Rani, Pinki. 2014. Factors influencing consumer behaviour. *Int.J.Curr.Res.Aca.Rev* 2(9), pp 52-61.
- Riaz, M.N. dan Chaudry, M .M. 2004. *Halal Food Production*. Boca Raton, Louisiana : CRC Press.
- Safitri, Afriana. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Mengonsumsi Daging Halal*. Skripsi, Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro.
- Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E. 1985. *Intercultural Communication: A reader*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Sampitri, Debby Eka. 2011. *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Persepsi Merek terhadap Minat Beli (Studi pada Produk Blackberry di Kalangan Mahasiswa FISIP UPN Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Sastroasmoro, Sudigdo dan Sofyan Ismail. 2011. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Klinis*. Jakarta : Sagung Seto.

- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 1997. *Costumer Behaviour*. USA: Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition*. USA: Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Media.
- Shalih. 2011. *Fiqih Makanan*. *Griya Ilmu.ed*. Jakarta : Griya Ilmu.
- Siagian, Rahma Yuni. 2012. *Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim tentang Konsumsi Makanan Halal di Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Gadjah Mada.
- Siddiqi, Kamran dan Faryal Salman. 2011. An exploratory study for measuring consumers awareness and perceptions towards halal food in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3 (2), pp 639-648.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soesilowati ES, Jusmaliani UK, Yani M, Diah S (2010). Business opportunities for halal products in the global market: muslim consumer behaviour and halal food consumption. *J. Indones. Soc.Sci. Hum*, 3, pp 151-160.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- The Pew Forum on Religion and Public Life*. 2011. *The Future of The Global Muslim Population* [Internet]. Washington : The Pew Forum on Religion and Public Life. Tersedia dalam : <<http://pewforum.org>> [Diakses 28 Juni 2015].
- Toronto Public Health. 2004. *Guide to Understanding Halal Food*. Tersedia dari <http://www.toronto.ca/health/nutrition_matters/pdf/nm_halal.pdf> [Diakses pada 28 Juni 2015]
- Wachidah, Rizki Nurul. 2007. *Pandangan Konsumen Ibu Rumah Tangga terhadap Label Halal pada Produk Pangan di Kota Tangerang*. Skripsi, Fakultas Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor.
- Wan-Hassan, Wan Melissa dan Khairil Wahidin Awang. 2009. Halal food in new zealand restaurants: an exploratory study. *Int. Journal of Economics and Management*, 3(2), pp 385 – 402.
- Verbeke. 2004. Profile and effects of consumer involvement in fresh meat, *Meat science*, pp 159- 168.
- Widodo, Teguh. 2013. The influence of muslim consumer's perception toward halal food product on attitude and purchase intention at retail stores. *5 Inovbiz*, 1 (1), pp 13-14.
- Zudianto. Herry. 2008. *Kekuasaan sebagai Wakaf Politik*. Yogyakarta: Kanisius