

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arrafik, H. (2017). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Ayodya, W. (2016). *Bussiness Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Criswell, J. (2016). *Research&Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Medias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: Unnima Press.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurlina. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiabudi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shofie, Y. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunar'in. (2013). *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suprayitno. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: Uin Malang Press.
- Suriani. (2016). *Dinamika Konsumsi Beras Bersubsidi*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Hamid, A. (2018). Teori Konsumsi Islam dalam Peningkatan Ekonomi Umat. *Visioner&Strategis*, 20.
- Hidayat, D. (2018). Implementasi Fatwa MUI No. 26 tahun 2019 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaanya. *Spesia Unisba*.

Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat. *AL-Qadau Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*, 359.

Kautsar, Z. A. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan*, 739.

Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. 49.

Luciana, D. (2019). Pengaruh Peran BPJPH dalam Mmemberikan Status Kehalalan Produk terhadap Efektivitas Penjualan Ayam Potong . *Spesia Unisba*.

Rufaidah, A. (2015). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Bumi Asri. *Spesia Unisba*.

Saputri, K. (2019). Analisis perilaku Konsumen Muslim Terhadap Pembelian Barang pada Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba 2016. *Spesia Unisba* .

Zella, H. (2017). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. 18.

Internet :

Amalia, D. (2020, February 19). *Halal Lifestyle bukan hanya Fashion, Makanan, dan Pariwisata*. Retrieved from feb.ub.ac.id: <http://cies.feb.ub.ac.id/halal-lifestyle-bukan-hanya-makanan-fashion-dan-pariwisata/>

Halofina. (2020, February 19). *Potensi Halal Lifestyle di Indonesia, Sektor Mana Saja yang Disasar*. Retrieved from halofina.id: <https://blog.halofina.id/%ef%bb%bfpotensi-halal-lifestyle-di-indonesia-sektor-mana-saja-yang-disasar/>

Wawancara :

Zakiah. (2020, 17 Februari). Mahasiswa Bandung. (Devita Balqis, Pewawancara)

Responden (2020). Perilaku konsumen terhadap pembelian produk (Devita Balqis, Pewawancara)