

DAFTAR PUSTAKA

- Abduljalil, Sarli., Huam, Hon Tat. (2011). *Attracting Consumers by Finding out Their Psychographic Traits*, Faculty of Management (FPPSM), Universiti Teknologi Malaysia, UTM Skudai 81310, Johor, Malaysia. IJFPSS, Vol.1, No.1, pp. 6-10, Sep, 2011, Malaysia.
- Al-Fanjari, Ahmad, Syauqi. (1996). *Nilai Kesehatan Dalam Syariat Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Angipora, Marinus. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arman, S.A. (6 Mei 2014). *Cukai Rokok*. Jawa Pos, p. 5-6
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Edisi 1, cet. Ke-1). Jakarta: Prenada Media.
- Dena, M. Camarena & Ana, I. Sanjuán. (2009). *The influence of psychographic variables on consumer preferences. The case of ethnic food in Spain*, Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP) Department of Agrofood Economics and Natural Resources. Centre of Agrofood Research and Technology of Aragon (C.I.T.A.)
- Departemen Agama RI. (2003). *Islam Untuk Disiplin Ilmu Kesehatan 2 (Fiqh Kotemporer)*.
- A. F. Muchtar. (2009). *Siapa Bilang Merokok Makruh?*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Fadal, Moh, Kurdi. (2008). *Kaidah-kaidah fiqh*. Jakarta: CV Artha Rivera.
- Fakultas Psikologi. (2005) *Psikologi Industridan Organisasi*, Universitas Indonesia.
- Felianne, Inge. (2010). *Persepsi Konsumen Terhadap Kemasan Rokok-Rokok Imitatif (Studi Deskriptif Persepsi Konsumen Tentang Kemasan Primer Rokok-Rokok yang Imitatif Terhadap Produk Gudang Garam, Produk HM Sampoerna, Produk Djarum dan Produk Bentoel Pada Warga RT 03 Janganan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta)*, Universitas Atmajaya, Yogyakarta.

- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hammond D, Fong G, McNeill A, Borland R, Cummings KM, *Effectiveness of Cigarette Warning Labels in informing Smokers about the Risk on Smoking: International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey*. Tobacco Control 2006;15(Suppl III); iii9-iii25
- Hartanto. (2005). *.Psikologi Ekonomidan Konsume*. Penerbit Bagian Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Depok
- <http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structure-download-lainnya.html> diakses tanggal 15 Oktober 2014 pukul 11:04
- <http://www.rumahfiqih.com/maktabah/x.php?id=98&=hasiyah-qolyubi-wa-> diakses tanggal 17 Oktober 2014 pukul 13:05
- Indranath Ghosh, 2014, *VALS™ Psychographic: A New Way of Market Segmentation in India*, Faculty, Business Management Department, Sikkim Manipal University, Durgapur, India.
- Jaya, Muhammad. (2009). *Pembunuh Berbahaya itu Bernama Rokok*. Yogyakarta: Riz'ma.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kottler, Philip., Gary, Amstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mahmudin. (2014). *Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi Label Peringatan Bahaya Merokok (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Kampong Suryoputran, Kelurahan Panembahan, Kecamatan Keraton, Yogyakarta)*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Mangkunegara, Anwar, Prabu. (2005). *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Bandung: PT Refika Aditama.
- Moriarty, Sandra, dkk, 2009. *Advertising*, Edisi 8. Jakarta: Prenada Media Group.
- Morrison, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen., Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, Edisi kelima. Jakarta: Erlangga,
- Mustaq, Ahmad. (2001). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

- Peter, J. Paul., Jerry, C. Olson. 2004. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Prasetijo, Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Republik Indonesia. 2013. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Ridwan, Fauzi. 2013. *Atlas Tembakau Indonesia*. Jakarta: Tobacco Control Support Center.
- Ritthiphakdee B. 2008. 'Best Practices in Health Warning on Tobacco Product', slide presentation. SEATCA Southeast Asia Tobacco Control Alliance.
- Sathish, S., Rajamohan, A. 2012. *Consumer Behaviour And Lifestyle Marketing, International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research's & Management Research*, Vol.1 Issue 10, October 2012, ISSN 2277 3622.
- Schiffman., Kanuk, 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi ke-7). Jakarta: Prentice Hall.
- Sigitas, Urbonavičius, Gindra Kasnauskienė. 2005. *New Applications of a Traditional Psychographic Segmentation Concept*, ISSN 1392-2785 Engineering Economics. 2005. NO 5 (45) Commerce of Engineering Decisions, Vilniaus University.
- Singgih, Santoso. 2002. *Statistik Multivariat*. Jakarta : PT Elex Media Komoutindo.
- Sugiyono. 2006. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Supranto., Nanda, Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran "untuk Memenangkan Persaingan"* (edisi ke-2). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Swastha, Basu., Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (cet. Ke-7). Yogyakarta: Liberty.

- Swastha, Basu. 2007. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Thrasher, James. 2013. *American Journal of Preventive Medicine SOURCE: THOMSON REUTERS 2013 CITATION DATA*.
- Tony, Wijaya. 2009. *Analisis Structural Equation Modelling untuk Penelitian Menggunakan AMOS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Ustadz, Ammi, Nur, Baits. (Dewan Pembina www.KonsultasiSyariah.com) diakses tanggal 15 Oktober 2014 pukul 23:35
- Utami, Wahyu, Budi. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya UIN Sunan Kali Jaga