

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam, Cet. 1* Jakarta: PT.Ichtiar Baru Van Hoeve, 2013.
- Adiztya Wibisaputra, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG Di PT. Candi Agung Pratama Semarang*" skripsi--Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Agca, S., Babich, V., Birge, J.R. & Wu, J.2017. Credit Risk Propagation Along Supply Chains: Evidence from the CDS Market. Georgetown McDonough School of Business Research Paper No. 3078752.
- Alam, Syed Syah dan Sayuti, Nazura Mohamed.. *Applying the Teory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing*. Internasional Journal of Commerce and Management, 2011, 1:8-20.
- Ali Afzaal, Ali Adnan & Sherwani Mehkar," *Shaping Halal into A Brand? Factors Affecting Consumers' Halal Brand Purchase Intention*", Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 08 May 2017.
- Amit Kumar, J. Kaur, & P. Singh. Fuzzy Optimal Solution of Fully Fuzzy Linear Problems with Inequality Constraints. International Journal of Applied Mathematics and Computer Sciences 6. 1. 2010.
- Angipora Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran* Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- As'ad, Moh. *Psikologi Industri: Seri Ilmu Sumberdaya Manusia*, Edisi 4, Yogyakarta: Liberty 2014.
- Asrina, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik di Kota Makassar Studi Kasus pada Giant Supermarket Alauddin", *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 2, No. 1 2016.
- Astuti, D.E. *Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda*.ejournal psikologi,1(2), 2013.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Badan POM RI dukung daya saing produk kosmetik Indonesia, diakses tanggal 22 Mei 2021 <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/387/SIARAN-PERS-BadanPOM-RI-Dukung-Daya-Saing-Produk-Kosmetik-Indonesia.html>
- Barnes, J. *Secrets of Customer Relationship Management Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi, 2001.

- Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin. 2015.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal* Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Chaffey, Dave; Mayer, Richard; Johnston, Kevin; Ellis-Chadwick, Fiona. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education Limited, United Kingdom. 2016.
- D. Durianto, dan Liana. C, 2004. *Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model*, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.11 no.1.2014.
- Dadan Abdul Aziz Mubarak, ” *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*”, *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol. 15, No. 3, 2016.
- Departmen Agama RI, *Al- Qur’an dan Terjemahnya Special For Women* Jakarta: Sygma, 2015.
- Dharmayana, dkk Made Arya Dan Bayu Rahanatha Gede. ‘*Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali*’ 2017.
- Erdogmus, I. E., dan Mesut Cicek. 2012. The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. International Strategic Management Conference. Vol. 58. 2012.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* Yogyakarta: Andi, 2014.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ketiga Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2007.
- Fandy Tjiptonom, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, : Andi, 2011.
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. Elements of Strategic Social Media Marketing: A Holistic Framework. *Journal of Business Research*, 1- 9. 2016.
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2015.
- Habibi, M.R., Laroche, M and Richard M 2014. The Roles of Brand Community Engagement and Community Engagement in Building Brand Trust on Social Media. *Computers in Human Behavior*, Vol. 37 No.1.
- Hamka, *Tafsir Al Azhar* Jakarta: PT Pustaka Panjimas, 2014.
- Hardilawati, Wan Laura Binangkit, Intan Diane Perdana, Riky, ” *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*”, Jim Upb, 2019.

- Helisia Krisdayanti. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang*”. Skripsi tidak diterbitkan. Palembang: Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Ian Alfian, “*Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*”. Industry kosmetik nasional tumbuh 20%”<https://kemenperin.go.id/artikel/18957/IndustriKosmetik-Nasional-Tumbuh-20>, Diakses tanggal 22 Juli 2021.
- Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo Gramedia, 2002.
- Keller, Kevin Lane. ‘Strategi Brand Management’ Building, Measuring And Managing Brand Equity, Fourth Edition, Practice Hall, New Jersey, 2016.
- Kementerian Perindustrian, 2018.
- Kim, Ki-Pyeong., Yoo-Oh Kim, Min-Kweon Lee, Myoung-Kil Youn. The Effect of Co-Brand Marketing Mix Strategies On Customer Satisfaction , Trust, and Loyalty for medium and small traders and manufacturers. Jurnal EHM, Vol. 1, No. 17. 2011.
- Kotler dan Keller Philip Dan Keller Kevin Lane. 2009 ‘Manajemen Pemasaran’ Jilid 1 Edisi Ke 13, Jakarta, 2014.
- Kotler et al, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*’ Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. ‘*Marketing Management*’ 15th Edition, Pearson Education, Inc. 2016.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. ‘Marketing Management’ Edisi 14 New Jersey: Global Edition, Person Prentice Hall. 2012.
- Kotler, Philip Dan Nancy Lee. ‘*Pemasaran Di Sektor Publik*’, Jakarta: Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2017.
- Kumar & Pradhan Pradhan D., Suri K. A, Pradhan D.K. and Biswasroy P., 2015, Golden Heart of the Nature : Piper betle L, Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry, 1 6.
- Kumar, V., & Pradhan, P. Trust management issues in social-media marketing. International Journal of Online Marketing, 53.
- M Burhan, *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Public, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*.
- M.Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi* Jakarta: Kencana, 2013.
- Maoyan et al. Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. International Journal of Business and Social Science. Vol. 5 No.10 1, p.92-97.2013

- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, PT Rieneka Cipta, Jakarta. 2017.
- Meirina, *Analisis, Validitas, Realibilitas, dan Interpretasi Hasil Tes*. PT Remaja, Bandung,: Rosdakarya, 2015.
- Moh Yusof, Y.L, Wan Jusoh, W.J,”*Islamic Branding: The Understanding and Perception*”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130, 2014.
- Muhammad Nasrullah,” *Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*” *Jurnal Hukum Islam JHI*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2015.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition. 2010.
- Nilai pangsa pasar dan pertumbuhan pangsa pasar kosmetik tahun 2010-2015,  
<https://i2.wp.com/duniaindustri.com/wpcontent/uploads/2015/12/nilai-pasar-industri-kosmetik.jpg>.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. *Customer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke-4. Dalam E. M. Sangadji, & Sopiah, *Perilaku Konsumen* hal. 332. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Peters, K., Chen, Y., Kaplan, A.M., Ognibeni, B., dan Pauwels, K., 2013, “Social media metrics: a framework and guidelines for managing social media” 2013.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Prenhallindo, 2012.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Terj. Teguh hendra Jakarta: Prenhalindo, 2012.
- Pramono, *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press, 2012.
- Price Arnould & Zinkhan, *Consumers* NewYork: McGraw-Hill, 2012.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Richard F. Gerson, *Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Terj. Widyaningrum Jakarta: PPM, 2012.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011.
- Santika, I Wayan & Arie Ni Made Ismayanti,” *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar*”, *Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 10, 2017.
- Sheth & Usley,., & Mittal Banwari. *Consumer Behavior: A Manajerial Perspective*, edisi kedua. Thompson South Western. USA. 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta, 2014.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2016.
- Suharsimi Arikunto Ny, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rieureka Cipta, Jakarta. 2011.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)*, Diponegoro Journal of Management, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I*, Andi Offset, Yogyakarta, 2012 .
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset. 2001, Nana Sudjana, Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Sinar Baru, Bandung, 2012.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2013.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2018.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Bogor Selatan*: Ghalia Indonesia, 2002.
- Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pusaka. 2012.
- Vargo, and Lusch. 'The Four Services Marketing Myths: Remnants from a Manufacturing Model', *Journal of Service Research* 64: 324, 2014.
- Venisa Ayu Syavira, *Pengaruh Halal Awareness dan Sertifikasi Halal pada Produk Kecantikan MS Glow terhadap Minat Beli Muslim Millennial Tahun 2021*, Universitas Islam Malang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Malang, 2021.
- Wahyu, Dwi Ranto, Pril, "Menciptakan Islamic Branding, Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen" *JBMA – Vol. I, No. 2*, Februari 2013.
- Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Zhujunxuan & Sangyan, Maoyan, Zhujunxuan, Sangyang. *Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing*, Vol.5 No.101. *International Journal of Business and Social Science*. 2014.