

DAFTAR PUSTAKA

- "Daftar Kosmetik Halal." diakses pada 10 November, 2022.
<https://halalmui.org/search-product/>
- "No. 26 Standar Kehalalan Produk Dan Penggunaan Kosmetika." diakses pada 28 Desember, 2022. <https://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>.
- "Fatwa Tentang Kosmetik." diakses pada 10 November, 2022.
<https://halalmui.org/fatwa-mui/>
- "Mengenal Fungsi Dan Tujuan Iklan." diakses pada 8 November, 2022.
<https://www.linkedin.com/pulse/mengenal-fungsi-dan-tujuan-iklan-iklan-videotron>.
- "Pengertian Kosmetik." diakses pada 17 Desember, 2022.
<https://kbbi.web.id/kosmetik>.
- "Peraturan Menteri Kesehatan RI No 1175/Menkes/Per/VII/2010." diakses pada 17 Desember, 2022.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/129878/permenkes-no-1175menkesperviii2010-tahun-2010>.
- "Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan." diakses pada 28 Desember, 2022. <http://p3i-pusat.com/peraturan-perintah-republik-indonesia-nomor-69-tahun-1999-tentang-label-dan-iklan-pangan/>.
- "Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021." diakses pada 7 Mei 2023
(https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Peraturan_Pemerinta_No_39_Tahun_2021_tentang_Penyelenggaraan_Bidang_Jaminan_Produk_Halal_Pe_65db226200.pdf).
- "Produk Yang Terdaftar Di BPOM RI, Belum Tentu Kantongi Sertifikat Halal?" muidigital. diakses pada 21 November, 2022.
<https://mui.or.id/berita/31528/produk-yang-terdaftar-di-bpom-ri-belum-tentu-kantongi-sertifikat-halal/>.
- "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Mengenai Label Halal." diakses pada 17 Desember, 2022.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>.
- Adinugraha, Hermawan, Hendri, Isthika, Wikan dan Sartika, Mila. "Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk." *As a Qualitative Research. Perisai*;

- Islamic Banking and Finance Journal* 1, no. 3 (2017): 186, diakses pada 29 Desember, 2022, <https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>.
- Al-Qur'an Mushaf Terjemah Ar-Rosyad*. Bekasi: PT. Alribh Murtadhoyaya
- Amanda P. "Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement Studi Kasus Lima Merek Pakaian Wanita." *Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia* (2017), 2017, 6. <https://repository.its.ac.id/2450/>.
- Anwar, Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Atmoko, B. D. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media kita, 2012.
- Bafadha, Shilachul Alfinul Alim M Kholid Mawardi Aniesa Samira. "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang)." *Administrasi Bisnis (JAB)* 62, no. 1 (2018).
- Benito, Adityo. "Analisis Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus." *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*, 2011.
- Berman, dan Evans. *Retail Manajemen, 12th Edition*. Jakarta: Pearson, 2010.
- Danang, Sunyoto. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Durianto, Darmadi, Cicilia Liana. "Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh Di Jakarta Dan Sekitarnya Dengan Menggunakan Consumer Decision Model," 11, no. 1 (2004).
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- H, Wibisono Y. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Dengan Perilaku Niat Sebagai Variabel Intervening

- Pada Situs Kaskus.” *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 1, no. 5 (2012): 1–8.
- Hamdani, Ahmad, Nurma Sari, and Khairil Umuri. “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC).” *Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021): 198–212. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i2.2305>.
- Jakaria, Yaya. *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*. Jakarta: Alfabeta, 2006.
- Jamal Abdul Nassir, Shaari, and Mohd Arifin Nur Shahira. “Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study.” In: *American Business Research Conference, New York, USA., 2009*. <http://eprints.um.edu.my/id/eprint/11147>.
- Khomariah, Nurul. “Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk Lwak White Coffie (Study Pada Masyarakat Desa Potatsewu, Jati Tengah, Sukodono, Sragen).” *Skripsi Manajemen Syariah*
- Kotler & Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga, 2008.
- Kotler & Keller *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Marketing Management 14th Edition*. United States of America: Pearson, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Diterjemahin Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2008.
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. “Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram.” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 18, no. 9 (2015): 552–56. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>.
- Liana, S. Durianto dan. *Srategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik Dan Penggunaannya.” *Fatwa MUI*, 2013, 92. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>.
- Mariam, Aam, and Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–33. <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3943>.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada, 2011.

- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Jurusan Tarbiyah Prodi PAI Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2009.
- Mundir, Abdullah, Muhammad Nizar, Ajeng Rima Mustaqimah, and Ani Faujiah. "Pengaruh Iklan, Brand Image, Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Santriwati Pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Asrama Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan." *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari'ah* 8, no. 2 (2021): 1–28.
- Nadha, Chairunnisa. "Syarat Penggunaan Kosmetik Untuk Berhias." 27 Desember 2021. diakses pada 10 November, 2021. <https://halalmui.org/syarat-penggunaan-kosmetik-untuk-berhias/>
- Nasution. *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Pahlevi, Reza. "Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor (2020 & 2025)." diakses pada 15 Maret, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/konsumsi-produk-halal-tiap-sektor-indonesia-diproyeksikan-meningkat-pada-2025>.
- Patnoad, M. S. "Food Safety Education in England: A Report from the NEHA/CIEH Sabbatical Exchange Program." *Journal of Environmental Health* 3, no. 10 (2001): 21–26.
- Pramintasari, Talisa Rahma & Fatmawati Indah. "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal." *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* 8, no. 1 (2017): 12–14. di akses pada 7 November, <http://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922>.
- Priansa, Doni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Priansa, Doni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Priansa, Doni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Qardhawi, Yusuf. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia, 2007.
- Saniati, Farraila dan Wilujeng, Biyan Yesi. "Analisis Produk Kosmetik Make Up Salah Satu Merek Global Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Edisi Yudisium 2 Tahun* 9, no. 2 (2020). - 6 Januari, 2023 - <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tatarias/article/view/34786/30928>.
- Sara, Siti Khodijah, Rabya Mulyawati Ahmad, and Fajeri Arkiang. "Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal."

- Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2022): 21–37. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Silaen, S. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Bogor: Penerbit In Media, 2018.
- Sufyan. “Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza Di Kota Banda Aceh.” *Ekonomi Manajemen Dan Sekretari* 1, no. 1 (2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- Suryowati, Budi, and Nurhasanah. “Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal.” *Jurnal Komplexitas* IX, no. 11 (2020): 12–25. <http://ejournal.swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/17>.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Tarigan, Eka Dewi Setia. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan,.” *Konsep Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016).
- Teo, L. X., Leng, H. K., & Phua, Y. X. P. “Marketing on Instagram: Social Influence and Image Quality on Perception of Quality and Purchase Intention.” *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* 20, no. 2 (2019): 321–32. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2018-0028>.
- Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Utami, W. B. “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Di Outlet Wardah

- Griya Muslim Annisa Yogyakarta).” *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 2013.
- Valentini, C., Romenti, S. Murtarelli, G., & Pizzetti, M. “Digital Visual Engagement: Influencing Purchase Intentions on Instagram.” *Journal of Communication Management* 22, no. 4 (2018): 362–81. <https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2018-0005>.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2019): 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>.
- Windisukma, Dwi Kirana. “Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang.” *Skripsi Semarang*, 2015.
- Yaqub, Ali Mustafa. *Kriteria Halal-Haram Untuk Pangan, Obat, Dan Kosmetika Menurut Al-Qur'an Dan Hadist*. Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 2009.
- Yuswohady. *Marketing to the Middle Class Muslim-Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.

