

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis Dahlan, et.al. (ed.), *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. I, (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996), Jld. II: 506.
- Al-Jurjani, 'Ali bin Muhammad. *Kitab al-Ta'rifat*. Cet. III. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1988
- Alquran, An-Nahl ayat 114, *Alquran dan Terjemahnya*. Bandung: Syamil quran, 2012
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali, 2002
- Azizuddin, imam., Maksun, Ikhsan dan Fikriah, nur, laili. "Bauran Pemasaran dan Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah Dalam Perspektif Islam." *Journal Industrial Engineering & Management Reasearch (JIEMAR) Vol. 1 No. 2* (2020) - 16 November, 2021 - <http://repository.uin-malang.ac.id/6545/>
- Damayanti, Gita dan Wahyuni, Sri. "Pengaruh Marketing Mix Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Piala Mas Samarinda" *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman Vol 1 No.1* (2022). diakses pada 2 september 2022. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/10003>
- Damayanti, Gita dan Wahyuni, Sri. "Pengaruh Marketing Mix Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Piala Mas Samarinda" *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman Vol 1 No.1* (2022), diakses pada 2 september 2022, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/10003>
- Departement Agama RI 2003. *Panduan Sertifikat Halal*. Bandung: Alfabeta, 2008
- Dermawan, Rizky. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2006
- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Ekarina, "Bidik Pasar Kosmetik Halal, Wardah Ekspor Rp 22 Milyar Ke Malaysia." Katadata.co.id. Tanggal publikasi Oktober 27, 2020 di akses Desember 09, 2021. <https://katadata.co.id/ekarina>
- Elisabet, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan." *Jurnal Ilmiah "INTEGRITAS"* vol. 5 no. 1 (2019) - 16 November, 2021 - [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=elisa bet+pengaruh+promosi+dan+kualitas+produk&btnG=#d=gs\\_qabs &t=1656644593691&u=%23p%3DL0OMayLEzPcJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=elisa+bet+pengaruh+promosi+dan+kualitas+produk&btnG=#d=gs_qabs&t=1656644593691&u=%23p%3DL0OMayLEzPcJ)
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015
- Fatihah R.G, Syah, Annas dan Soenaryo, A. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya : Cahaya Agency

- Fifin dan Anindhyta. “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek”, *JUPE STIESIA Surabaya vol. 08*, no. 03, 2020 (86-94). diakses pada 23 juni, 2022 - [https://scholar.google.com/scholar?lookup=0&q=fifin+dan+anindyta+pengaruh+harga+promosi&hl=id&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&t=1656645697801&u=%23p%3D-HcTWELF-E0J](https://scholar.google.com/scholar?lookup=0&q=fifin+dan+anindyta+pengaruh+harga+promosi&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1656645697801&u=%23p%3D-HcTWELF-E0J)
- Ghina dan Aniek, “Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol. 6*, No. 2 (2017) - 16 November, 2021 - <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/722>
- Ginting. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: YRAMA WIDYA, 2011
- Habibah, Aminatun. “Analisis Labelisasi Halal, Harga, Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie.” *jurnal QIEMA vol. 6*, no. 1 (2020) diakses pada 16 november, 2021, <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/view/3511>
- Habiburrahman, “ Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi Vol. XXII no. 02* (2017), diakses pada 16 Desember, 2021 [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=habiburahman+habiburahman+strategi+promosi+pariwisata+&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1656899424082&u=%23p%3Db6GIxxkig7AJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=habiburahman+habiburahman+strategi+promosi+pariwisata+&btnG=#d=gs_qabs&t=1656899424082&u=%23p%3Db6GIxxkig7AJ)
- Hafidhudin, Didin dan Tanjung, Hendri. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press, 2003
- Hayet, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”, *Jurnal Ekonomi Islam Volume 10 No. 1* Januari - Juni (2019) - 16 November, 2021 - <https://journal.islamicomic.or.id/index.php/ije/article/view/119>  
<https://febi.iainkudus.ac.id/laman-749-sejarah.html>  
<https://mbs.iainkudus.ac.id/profil.html>
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan oleh Bob Sabran, edisi 13 jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan oleh Bob Sabran, edisi 13 jilid 1 Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009
- Kotler, Philip. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo, 1997
- Kurnianingsih, Wiwi dan Sugiyanto, “Pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada PT. Nestle indonesia,” *prosiding seminar nasional humanis*, (2019): 511, diakses pada 23 juni, 2022 -

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>

- Lembaga Penjaminan Mutu (LPM), *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, Kudus. IAIN KUDUS. 2019
- Lestari, Ayu, Lupi., Apriani, Yustika, Asnaini, dan Kustin. “Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food”, *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial* Vol, 06, No. 1 (2021), Diakses pada 23 Juni, 2021 <http://repository.iainbengkulu.ac.id/7481/>
- Marinus, Angipora. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- Maulidayanti. “Pengaruh labelisasi halal dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian kosmetik herbal batrisya.” Skripsi, UIN Jambi, (2020) - 18 November, 2021 - <http://repository.uinjambi.ac.id/6057/>
- Misbakhus, Mokhammad, Surur dan Sujianto, Agus, Eko “Kualitas Produk, Fitur Produk, Merek Dan Promosi Syariah Dalam Keputusan Pembelian Handphone OPPO Pada Uniqcell Dlanggu.” *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis* Vol XIII, No. 1 (2022) - <https://www.neliti.com/publications/425569/kualitas-produk-fitur-produk-merek-dan-promosi-syariah-dalam-keputusan-pembelian>
- Muhammad, Asy’arie. “pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa terhadap Keputusan Pembelian produk mie Samyang di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta”, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2018) - 18 November, 2021 - <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41333>
- Nadrattuzaman, Muhammad. *Halal Assurance System LPPOM MUI*. Jakarta: LPPOM MUI, 2008
- Nasr, Tajun. “Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam”, RumahFiqih.com, Tanggal publikasi Desember 13, 2016. diakses Juni 23, 2022 - [www.rumahfiqih.com](http://www.rumahfiqih.com)
- Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, (2017) - 13 juli 2023 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/34157>
- Nugroho, J, Setiadi. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Pranada Media Group, 2003
- Nurhaedah dan Nurlaela, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Paytren melalui Media Online”, *Journal of Business Administration* Vol. 1 No. 1 (2018) - 17 november, 2021 - <http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JPBAS/article/view/40>

- Philip, Kotler dan Amstrong, Garry. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga, 2008
- Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Riyono dan Erlik, Gigih. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA”. *Jurnal STIE Semarang Vol. 8*, No. 2, Edisi Juni 2016 (2252-826). Diakses pada 16 desember, 2021 - [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=riyono+dan+gigih+erlik+pengaruh+kualitas+produk+harga+promosi+dan+brand+image&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1656635776997&u=%23p%3DU1ArXJH5KG0J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=riyono+dan+gigih+erlik+pengaruh+kualitas+produk+harga+promosi+dan+brand+image&btnG=#d=gs_qabs&t=1656635776997&u=%23p%3DU1ArXJH5KG0J)
- Rizaty, Ayu, Monavia. “Pertumbuhan Pasar Kosmetik Global Terkontraksi 8% Pada 2020.” Katadata.co.id. Agustus 5, 2021 diakses Januari 7, 2022. [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)
- Salim, Amir,. Yusta, Novensi, Rizki dan Purnamasari, Anggun. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Distore Beringin Rajawali Kota Palembang.” *jurnal ekombis review*, vol. 10 (2022). diakses pada tanggal 17 juli, 2022. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2015>
- Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*,
- Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pelatihan Pemasaran* (Edisi 1). Jakarta: Kencana Prenada Media (2008)
- Siswanto, Purba, Limbarrian. Shadiq, Fajar, Teuku dan Fiyul, Yulianti, Afriyani. “Analisa Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Yang Di Impresi Oleh Label Halal”, *Jurnal Pemandhu*, Vol. 3, No 1 (2022), Diakses Pada 5 November, 2022 <http://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JM/article/view/2431>
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta :Offset, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012, 93
- Suharso dan Retnoningsih, Ana. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang : Widya Karang, 2005
- Suwarman, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia: 2011
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1997
- Yulianto, Wakhid. “Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen”, *Journal Of Business And Economics Research* 1, no.2 (2020). diakses pada 23 Juni, 2022 - <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>