

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Dewi Nabila, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Surabaya" 4 (2021).
- Adiba, Elfira Maya, and Dewi Ayu Wulandari. "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (May 1, 2018): 357–69. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.42>.
- Adriani, Lisa and Ma'ruf. "Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia." *AL-MUZARA'AH* 8, no. 1 (June 4, 2020): 57–72. <https://doi.org/10.29244/jam.8.1.57-72>.
- Afifah Nur Millatina and R. Tanzil F.S. "Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2610–19.
- Aisiah Girindra. *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*. Jakarta: LPPOM MUI, 2003.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1966.
- Barlian, Eri. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Sukabina Press, n.d.
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. "Hukum Perlindungan Konsumen." Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Davidson, Harley, Suwanto, and Durotun Nasikah. "Pengaruh Country Of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi* 2, no. 2 (2021): 61–70.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish, 2019.
- Edi Wibowo, Dwi, and Benny Diah Madusari. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan." *Indonesia*

- Journal of Halal* 1, no. 1 (October 19, 2018): 73.  
<https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>.
- El-Farobie, Fawwaz, and Bagus Setiawan. “PENGARUH LABELISASI HALAL PRODUK SKINCARE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI ( STUDI KASUS DI KLINIK ELSHA KOTA PALEMBANG )” 1, no. 2 (2021).
- Eta Mamang Sangadji dkk. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi, 2013.
- Fadli, Sri Astuti R, Ridwan Ibrahim, and Dewinta Rizky R Hatu. “Gaya Hidup Mahasiswi Konsumtif Dalam Penggunaan Produk Kecantikan Pada Mahasiswi Universitas Negeri Gorontalo,” n.d.
- Fandy Tjiptono and Diana Anastasia. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 1*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Haerunnisa’, Zohrah N, and Raidah Intizar Yusuf. “Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Makassar.” *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)* 1, no. 2 (Agustus 2019): 46–54.
- Hardianawati. “Strategi Marketing Melalui Celebrity Endorsement Dan Influencer Marketing” 2, no. 2 (2022): 865–76.
- Hussein Bahresy. *Pedoman Fiqh Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1981.
- Ilyas, Musyfiqah. “Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat.” *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam* 4, no. 2 (December 4, 2017): 357–76.  
<https://doi.org/doi.org/10.24252/al-qadau.v4i2.568>.
- Imam, Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI, 2017.
- Indah Lestari, Putri, and Agus Supriyanto. “Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau Dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga Dan Promosi.” *Journal of Current Research in Business and Economics* 1, no. 2 (2022): 12–22.
- Kadengkang, Justi Aresta, and Utaminingsih Linarti. “Pengukuran perilaku dan niat beli produk kosmetik halal melalui modifikasi theory of planned behavior (TPB).” *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 8, no. 1 (February 27, 2020): 25.  
<https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.8769>.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. *Health and Beauty Industry in Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, 2017.

- Khilmatus Zuhriyah dkk. “Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 9, no. 13 (2020).
- Khofifah, Siti, and Agus Supriyanto. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsment Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal.” *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi* 15, no. 1 (2022): 1–13.
- Kumar, Mr Ramesh. “TYPES OF CONSUMER BUYING BEHAVIOUR” 28, no. 04 (2022).
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Laheba, Timothy Rey. “Analisis Pengaruh Atribut Influencer Marketing Produk Elektronik pada Platform Youtube terhadap Customer Purchase Intention.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (November 30, 2020). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4571>.
- Lia, Ade, and Hilman Hakiem. “Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12” 5, no. 2 (2022).
- Lisdiani, Nur Linna Isti, and Arna Asna Annisa. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 1 (July 26, 2022): 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>.
- Lubis, Rini Hayati, and Nurul Izzah. “Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (February 25, 2022): 97. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.
- M Haqqi An Nazili Lubis, Ahmad Kholil, and Anriza Witi Nasution. “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffe Masyarakat Kota Binjai.” *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9 (2023).
- Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019. “Wawancara Mengenai Kosmetik Halal,” January 2023.
- Mahyarni, Mahyarni. “THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku).” *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (December 23, 2013): 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.

- Masrukhin. *Statistik Infrensial Aplikasi Program SPSS*. Kudus: Media Ilmu Pres, 2008.
- Masrukin. *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Pres, 2010.
- Maulina, Anita, Nur Fitri Rahmawati, and Yoka Mai Patria. "Praktek Model Perilaku Niat Beli Konsumen Ramah Lingkungan Dari Perspektif Teori Perilaku Terencana." *AdBispreneur* 7, no. 1 (August 4, 2022): 85. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.36239>.
- Muhammad Ibnu Elmi As Pelu. *Label Halal: Antara Spiritualitas Bisnis Dan Komoditas Agama*. Malang: Madani, 2009.
- Nisak, Ardhea Choirun. "PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH" 7 (2020).
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Nuralim Saputra and Ratih Tresnati. "Pengaruh Kesadaan Halal Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wisata Halal Di Bali." *Prosiding Manajemen* 6, no. 1 (2020): 47–49.
- Nurhayati, Tatiek, and Hendar Hendar. "Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (May 20, 2020): 603–20. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>.
- Pakan, Elisa Devi, and Sugeng Purwanto. "Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier di Surabaya." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 3 (July 1, 2022): 764–72. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>.
- Philip Kotler dan Garry Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Priyatno, Dwi. *Paham Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Quran Kemenag. "Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168." Accessed March 3, 2023. <https://quran.kemenag.go.id>.
- Quran Kemenag. "Al-Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 29." Accessed March 3, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Quran Kemenag. "Al-Qur'an Surah Ar-Rum Ayat 60." Accessed December 12, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.

- Quran Kemenag. “Al-Qur’an Surah Asyu’ara Ayat 84.” Accessed March 10, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Quran Kemenag. “Al-Qur’an Surah Az-Zumar Ayat 9.” Accessed March 5, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Risdiyani, Ajeng. “PENGARUH HALAL KNOWLEDGE, ISLAMIC RELIGIOSITY, DAN HALAL LIFESTYLE TERHADAP PENILAIAN PRODUK KOSMETIK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL,” n.d.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Salim, and Haidir. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Sitompul, Saleh Sitompul. “PENGARUH PENGETAHUAN LABEL HALAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MELALUI REKOMENDASI KELOMPOK SEBAGAI VARIABEL MODERATING.” *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 1 (March 12, 2021): 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . “Metode Penelitian Bisnis.” Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukoso. *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2020.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Supardi. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Susanti, Era, Nilam Sari, and Khairul Amri. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).” *EKOBIS SYARIAH* 2, no. 1 (June 24, 2021): 44. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006>.
- Syafitri, Auliya Walidani, and Ari Prasetyo. “Pengaruh Pengetahuan Halal terhadap Sikap Konsumen Fesyen Syar’i di Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9, no. 2 (March 31, 2022): 203–12. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20222pp203-212>.
- T. Muhyidin, Nurlina, M.Irfan Tarmizi, and Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.

- Tamira Naila Rafifasha. "Persepsi dan Preferensi Konsumen Kosmetik Halal." *Bandung Conference Series: Economics Studies* 2, no. 2 (August 3, 2022). <https://doi.org/10.29313/bceses.v2i2.4643>.
- Thania, Grace Sheila Kuss, and Yunita Anggarini. "PENGARUH GAYA HIDUP, ONLINE FESTIVAL, DAN BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID - 19" 2 (2021).
- The Theory Of Planned Behavior, Icek Ajzen. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50. no. 2, 1991.
- Wahyuningsih, Indah. "Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal di Indonesia: Pendekatan Theory Of Planned Behavior." *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 1 (February 18, 2019). <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i1.741>.
- Wardah, Fathimah. "Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi" 02, no. 03 (2023).
- Yuniar, Devira Zahra, Laura Natalia, and Endang Taufiqurahman. "PENGARUH BEAUTY INFLUENCER DAN MEDIA INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA" 6, no. 1 (2022).
- Zukhrufani, Alfitri, and Muhammad Zakiy. "THE EFFECT OF BEAUTY INFLUENCER, LIFESTYLE, BRAND IMAGE AND HALAL LABELIZATION TOWARDS HALAL COSMETICAL PURCHASING DECISIONS." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 5, no. 2 (December 31, 2019): 168. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.14704>.

