

DAFTAR PUSTAKA

Adiputra, Rian, dan Clara Moningga, “ Gambaran Perilaku Konsumtif terhadap Sepatu pada Perempuan Dewasa”, *Jurnal PSIBERNETIKA*, 5, no.2 (2012) : 78-79.

Ajeng Wulandari, Dwi, dan Farah Oktafani, “Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung), *Jurnal Computech & Bisnis 11*, no.1 (2017).

Ajeng Wulandari, Dwi, dkk, “Pengaruh Brand image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike,” *Jurnal Computech & Bisnis 11*, no. 1 (2017).

Alfinul Alim, Shilachul, dkk, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62, no.1 (2018)

Alfinul Alim, Shilachul, dkk, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62, no.1 (2018).

Anita, “Hubungan antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarasin-Banjarbaru-Martapura”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no.1 (2015).

Antonious, Ian dan Sugiono Sugiharto, “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 1 , no.2, (2013).

Arif Nurrohman, Yulfan , “Theoretical Review : Teori Merek Halal”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 2, (2018)

Chrisnawati, Dian, dan Sri Muliati Abdullah, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakian (Studi kasus pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)”, *Jurnal Spirits* 2, no. 1, (2011).

Devi, Aprichylia, “ Paper Natasha Skincare”, 01 April 2020,
https://www.academia.edu/5737893/Paper_Natasha_Skin_Care

Dokumentasi Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019

Dwi dan Farah “Pengaruh Brand image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu *Nike*”, 50.

Dwi Oktari, Anita, dkk, “Hubungan antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarasin-Banjarbaru-Martapura”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5, no.2, (2016)

Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2006).

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2006), 45

Hasil wawancara dengan Fadia Rachma, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syari’ah, pada tanggal 02 Oktober 2019.

Hasil wawancara dengan Iklilatul Jannah, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syari’ah, pada tanggal 02 Oktober 2019.

Hasil wawancara dengan Kiki Zumala Laily, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Prodi Akuntansi, pada tanggal 02 Oktober 2019.

Hasil wawancara dengan Robiatul Awaliyah, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syari’ah, pada tanggal 02 Oktober 2019.

Hermawan, Sigit, dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 159.

¹<https://rumaysho.com/3022-meninggalkan-perkara-syubhat.html>, Muhammad Abdul Tuasikal, Msc, 16 oktober 2019.

Indrianto, Nur, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta:BPFE, 2011).

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga , 2018).

Kuncoro, Mudrajad , *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001)

Kuncoro, Mudrajad , *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001).

Margareta, Sherly, dkk, “Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam membangun Brand Association”, *Jurnal Komunikasi* 1, no. 5, (2012).

Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009).

Mayang Sari, Fenti, dkk, “Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)”, *Jurnal Professional FIS UNIVED* 5, no.1, (2018).

Mayang Sari, Fenti, dkk, “Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)”, *Jurnal Professional FIS UNIVED* 5, no.1, (2018).

Mutiah Rambe, Yuli,dan Syaad Afifuddin, “Pengaruh Pencatuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)”,*Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 1, (2012).

Novia Faadhilah, Fauz, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 1,(2018).

Nugraha. J, Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2012).

Nur Hayati, Siti, “Pengaruh Citra merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta”, *Jurnal JBMA*, IV, No. 2, (2017).

Nurhayati, Siti, “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta” *Jurnal JBMA* IV, no.2, (2017) : 62.

Pramudi, Riski Yuliana, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal, *Journal of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 15, no.2, (2015).

¹Premi, “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorses Terhadap keputusan Pembelian.

¹Premi, ”Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorses Terhadap keputusan Pembelian , 87.

¹QS. AL-Baqarah Ayat 168. Al Qur’an dan Terjemah (Jakarta : Al-Hanan, 2009), 92.

¹QS. AL-Baqarah Ayat 172. Al Qur’an dan Terjemah (Jakarta : Al-Hanan, 2009), 95.

¹QS. AL-Baqarah Ayat 173. Al Qur’an dan Terjemah (Jakarta : Al-Hanan, 2009), 95.

¹QS. AL-Maidah Ayat 3. Al Qur’an dan Terjemah (Jakarta : Al-Hanan, 2009), 107.

QS. AL-Maidah Ayat 3. Al Qur’an dan Terjemah (Jakarta : Al-Hanan, 2009).

Rahmawaty, Anita, *Ekonomi Mikro Islam*, (Kudus : NORA PRESS, 2011)

Rasyid, Arbanur, “Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam”, *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no.2, (2019)

Rusdianto, Silvia, dan Criesta Emeraldal, 1 November 2019, https://www.academia.edu/8995209/Karya_Ilmiah_mengenai_penggunaan_Skincare,

Safitri Henaulu, Mawarni, “Impact of Mui Halal Labels on Volume of Sales Holland Bakery in Manado City”, *Journal Economic and Business of Islam*, 3. no. 2, (2018).

Safitri Henaulu, Mawarni. , “Impact of Mui Halal Labels on Volume of Sales Holland Bakery in Manado City”, *Journal Economic and Business of Islam*, 3. no. 2, (2018).

Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 134.

Soedarto, “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan

Peterongan Semarang”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no.1 (2015).

Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung : CV Pustaka Setia,2015).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2014).

Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2005).

Sujarweni, Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: PustakaBaruPress, 2015).

Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2014).

Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal konsumen)*, (Yogyakarta : Buku Seru, 2013).

Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005).

Supriyadi, dkk, Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1, (2016) : 137.

Swasty, Wirania, *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016).

Widya Prakoso Haryogi, dan Sri SetyoIriani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15, no. 2, (2015) : 264.

Widya Prakoso, Haryogi, dan Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15, no. 2, (2015).