

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Risna Dwi et.al. "Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Non-Member Tupperware di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 2 (2015)
- Ahmadova, Emiliya dan Khatai Aliyev. "Determinants of attitudes towards Halal products: Empirical evidence from Azerbaijan" *Journal of Islamic Marketing*. (2020)
- Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Gema Risalah Press, 1989)
- Amilia, Suri dan Oloan Amara Nst. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. No 1. (2017)
- Anuraga, Gangga, et.al. "Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) di Jawa Timur, *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya*." (2017)
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002)
- Aryadhe, Trisdayan, et. al. "Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Unud*. No 3. (2018),
- Balques, Agnesya. Analisis Sikap, Norma Subjektif, dan Niat Beli Produk Kosmetik Halal pada Konsumen Muslimah di Surabaya. *Skripsi*, ITS. (2017)
- Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung. Sukabina Press, (2016)
- Benowati, Silvia Gustina dan Tiurniari Purba. "Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam." *Journal of Management, Accounting, Economic, and Business*. Vol 1. No 2. (2020)
- Binalay, Andrew Gustnest, et.al. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado." *Jurnal Emba*. No 1. (2016)
- Briliana Vita dan Nurwanti Mursito. "Exploring Antecedents and Consequences of Indonesians Muslim youth's Attitude Towards Halal Cosmetic Products : A case study in Jakarta." *Asia Pacific Management Review*. (2017).

- Caesar, Rizky Al dan I Made Sukresna. "Studi Perilaku Mahasiswa dalam Pola Pengambilan." *Diponegoro Journal of Management* 6 (2017)
- Chumairoh, Eva Trisnawati dan Mochammad Al Musadieq. "Pengaruh International Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei terhadap Pelanggan Soft Matte Lip Cream Brand NYX di Malang Town Square)." *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 5. (2017)
- Dewi , Ni Putu Ratih Astarini dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di Kota Denpasar." *E-Journal Manajemen UNUD*. Vol 5. No 1. (2016)
- Elrika, Anna dan Edwin. "Pengaruh Sikap Pembaca Dan Norma Subjektif Terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol 2. No. 1.(2014)
- Fauzia, Diah Retno Sufi, et.al. "Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 1. (2019)
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang UNDIP. 2015
- Hayet. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)." *Islamiconomic*. No 1. (2019)
- Herliawan, Hendri, et.al. "Pengaruh Kompensasi, Pendidikan dan Program Kesejahteraan terhadap Produktivitas Kerja Wartawan di Provinsi Bali." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6.7, (2017)
- Icek Ajzen, The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, (1991), https://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_4931_0.pdf
- Investor Daily. 2 Januari, 2021. Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, (2018), <https://www.kemenperin.go.id/>
- Irti. 2 Januari, 2021. Tak Hanya Alami, Ini Kelebihan Skincare Halal Safi. *Info Brand*. (2018). <https://infobrand.id/tak-hanya-alami-ini-kelebihan-skincare-halal-safi.phtml>

- Jalilvand, Mohammad Reza, et.al. The Impact of Branding on Customers Attitudes toward Banking Services (The Case of Iran's Melli Bank), *International Business and Management*. No 1. (2011)
- Kamilia, Adiana dan Sylvie Nurfebriani. "Pengaruh Efektivitas Iklan Transit Shopee terhadap Sikap Khalayak di Jakarta." *e-Proceeding of Management*. Vol 5. No 1. (2018)
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik*
- Latifah, Siti Suryani Nur, et.al. "Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Konsumen Mie Baraccung di Jalan Tengger Kandungan Surabaya." *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*. No 1. (2019)
- Lemeshow, et.al. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Gajah Mada University Press: Yogyakarta 1997)
- Lincoln, Suratno Arsyad. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 1995)
- LPPOM MUI, Mengapa Kosmetik harus Halal?, (2020), <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/mengapa-kosmetik-harus-halal>
- Maghfiroh, As'alul, et.al. "Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo)." *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 1. (2016)
- Maimun, Ahmad. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 1 (2020)
- Merdiana, Nella Ria. "Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta)." *Universitas Ahmad Dahlan*. (2020)
- MODUL 6 Populasi dan Sampel Oleh: Rudi Susilana
- Muslimah, Anissa Nur, et.al. "Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor)" *Al-Amwal*. No 1. (2018)
- Nadiah, Milatun, et.al. "Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Pembelian Teh Tong Tji

- Siap Minum di Pasar Swalayan Kota Surakarta.” *Agrista*. No 3. (2017)
- NNA Business News. 2020. *Cosmetics markets in 6 Southeast Asian*. Retrieved Juli 30, 2020, from <https://english.nna.jp/articless/1589> (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Nur, Yuanita. “Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sari Ayu dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal UII*. (2018)
- Nuraini, Alfiah dan Ida Maftukhah. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang.” *Management Analysis Journal*. No 2. (2015)
- Nurhasanah, Saniatun, et.al. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen.” *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. No 3. (2017)
- Park, Hee Sun. “Relationships among attitudes and subjective norms: Testing the theory of reasoned action across cultures.” *Comunicaton Studies*. Vol 51. (2009)
- Pramintasari, Talisa Rahma dan Indah Fatmawati. “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal.” *Jurnal Manajemen Bisnis*. No 1. (2017)
- Putra, Endhar Widjaya, et.al. Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 2.(2016)
- Putra, I Komang Trisna Eka, et.al. “Perilaku Konsumen Mengkonsumsi Beras Organik Dikota Denpasar berdasar *Theory of Planned Behavior*. ” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, (2016)
- Putri, Vanya Karunia Mulia. Faktor Penyebab Perbedaan Kebutuhan Setiap Individu. *Kompas.com*. 13 April 2021. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/13/160319369/faktor-penyebab-perbedaan-kebutuhan-setiap-individu?page=all>
- QS. Al-Baqarah Juz 2 ayat 168 , 20

- Rahman, Azmawani Abd, et.al. "Consumers and Halal cosmetic products: knowledge, religiosity, attitude and intention." *Journal of Islamic Marketing*. No 1. (2015)
- Rahmaniah, Ismi. "Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap sebagai Variabel Intervening" *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar. (2019)
- Rahmawati, Vivi. "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang" *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, (2014)
- Roliani, Gisella, et.al. "Implementasi Metode Webqual 4.0 Untuk Mengukur Kualitas Website UPT Perpustakaan UNILA." *Jurnal Komputasi*. (2018)
- Safiindonesia. 2 Januari, 2021. Skincare Halal Malaysia, Safi, Diluncurkan di Indonesia. (2019). <https://www.safiindonesia.com>
- Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhani, dan Eka Dwi Setia Tarigan . "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. No. 1. (2016)
- Sari, Mareta Kemala, et al. "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai Merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh." *Pendidikan Ekonomi*. No. 2. (2013)
- Sasmitha, Jumiaty dan Norazah Mohd Suki. Young consumers' insights on brand equity, *International Journal of Retail and Distribution Management*. (2015)
- "Skincare Halal Malaysia Safi diluncurkan di Indonesia." Safi Indonesia. 26 Februari, 2021 <https://www.safiindonesia.com/>
- Solihin, Dede. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Mandiri*. No 1.(2020)
- Suak, Sandy J. "Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Minat Membeli di D'cendol 77 UKM UNSRAT." *Jurnal Emba*. No 4. (2018)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, 2014
- Sujarweni, Wiartna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015)

- Supriadi, Andi dan Yera Wahda. “Rancang Bangun Aplikasi Wisata Kuliner Halal Berbasis Android.” *Jurnal Ilmiah Informatika*. No 2. (2018)
- Susanti, Nawal Ika. “Pengaruh Keterampilan Interpersonal, Etos Kerja Islam, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Genteng Kabupaten Banyuwangi).” *Malia Jurnal Ekonomi Islam*. No 2. (2017)
- Syafrida. “Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim.” *Adil : Jurnal Hukum*. No 2. (2016)
- Tamba, Darwis. “Aplikasi *Theory Of Planned Behavior* untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa FE- Unika Santo Thomas SU).” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. No 2. (2017)
- Tanzeh, Ahmad dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafah (Elkaf), (2006)
- Yadav, Rambalak dan Govind S Pathak. “Determinants of Consumers' Green Purchase Behavior in a Developing Nation: Applying and Extending the Theory of Planned Behavior.” *Ecological Economics*. (2017)
- Yasnita. “Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Kosmetik Perawatan dan Riasan pada Mahasiswi Prodi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.” *E-Journal Home Economic and Tourism*. No 1. (2015)
- Yunaida, Erni. “(Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. No 2. (2017).
- Yuswohady, et.al. *Marketing To The Middle Class Muslim Cetakan Kedua*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2015