

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhania, Zalfa Zahirah. Tati Handayani. Muhammad Anwar Fathoni: “Pengaruh Endorsment Terhadap Minat Membeli Produk Skincare Halal pada Mahasiswa Jabodetabek”, *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*: EL-IQTISHOD, 5, No. 2 (2021).
- Afrianty, Nonie. Detri Agustina: “Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu”, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1, No. 2 (2020): 125.
- Algustin, Winna. Rindang Matoati: “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 27, No. 1 (2020).
- Assauri, Safjan. 2018, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Bashir, Abdalla Mohamed: “effect of halal awareness, halal logo, and attitude on foreign consumers’ purchase intention”, *British food journal*, 121, No.9 (2019): 1998-2015.
- Bungin, Burhan. 2005, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Chalil, Rifyal Dahlawy. 2020, *Brand, Islamic Branding, dan Re-Branding*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Chomaria, Nurul. 2018, *Awet Cantik Alami*, Alek Media Komputindo, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana., “Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis”, (Bandung: Remaja, 2003).
- Fauzia, Diah Retno Sufi. Edriana Pangestu. and Aniesa Samira Bafadhal: “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1, No. 66 (2019).
- Fitriya, Elok: “Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk membeli produk”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, 2, No.1 (2017).
- Fitriyani, Endah Nur. “Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, dan Sikap terhadap Minat Beli Generasi Z dimoderasi Social Media Influencer”, *journal of Innovation Research and Knowledge*, Vol. 1. No.4 (2021).
- Ghozali, Imam. 2013, *Aplikasi Analisi multivariative dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghozali, Imam. 2016, Pengantar Statistika Inferensial, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Golnaz et al: "Non-Muslim"s Awareness Of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia". *International Food Research Journal*, (2017).
- Hamdani Ahmad. Nurma Sari. Khairil Umuri: "Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)", *e-journal Al-Buhuts*, 17, No. 2 (2021).
- Handayani, Nurul. Nur Anim Jauhariyah. Ana Aniati: menakar kontribusi islamic branding, personal selling, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab pashmina, *jurnal ekonomi syariah Darussalam*, 2, No. 2 (2021).
- Handriana, T., Yulianti, P., dkk: "purchase behavior of millennial female generation on halal cosmetic products", *journal of Islamic marketing*, 12, No. 7 (2020): 1295-1315.
- Haryanti, Retno. Auliya Suwantika, Marline Abdassah: "Artikel Ulasan: Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Penecerah Kulit", *Jurnal Farmaka*, (2018).
- Izzuddin, Ahmad: "the effect of halal labels, halal awareness, and food materials on interest to buy culinary foods", *Jurnal penelitian Ipteks*, 3, No. 2 (2018).
- Jumani, Zulfikar Ali. Sasiwemon Sukhabot: "behavioral intentions of different religions: purchasing halal logo products at convenience stores in hatyai", *Journal of Islamic Marketing*, 11, No. 3 (2019): 797-818.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawati, Dwi Agustina. Hana Savitri: "awareness level analysis of indonesian consumers toward halal products", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No 2 (2019): 522-546.
- Kusuma, Aryanti Muhtar. Maulida Ainul Hikmah. Aufarul Marom: "pengaruh Islamic branding, kualitas produk, dan lifestyle terhadap minat pembelian produk skincare pada generasi millennial di kabupaten kodus", *jurnal bisnis dan manajemen islam*, 8 No. 2 (2020): 2442-3718.
- Kusumastuti, Dani: "Minat Beli Produk Halal di Indonesia studi Pemetaan sistematis", *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2, No. 2 (2020).
- Lidiawati, Veny. Tatik Suryani: "the influence of ingredients, halal logo and religiosity on the consumer purchase intention at kober mie setan gresik", *internasional journal of multicultural and multireligious understanding*, 7, No. 2 (2020).

- Mallhotra, Naresh K. 2006, *Riset pemasaran, pendekatan terapan, edisi keempat*, Jilid 2, PT. Indeks, Jakarta.
- Maulana, Achmad. 2008, *Kamus Ilmiah Populer : Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*, Absolut, Yogyakarta.
- Mulyaningrum dan Erik Syawal Alghifari: “perilaku masyarakat sunda muslim dalam mengkonsumsi produk halal di kota bandung”, *Jurnal Riset dan Manajemen*, 11, No. 1 (2018).
- Nasehudin, Toto Syatori dan Nanang Gozali. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Nasution. 2006, *metode research (Penelitian Ilmiah)*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Rahmawati, Dina dan Destria Indah Sari. 2019, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*, CV IRDH, Malang.
- Ramadhayanti, Ana. 2019, *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rohmatun dan Dewi: “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli pada Kosmetik Halal melalui Sikap”. *Jurnal Ecodemia*, (2017).
- Ruslan, Rusady. 2004, *metode penelitian public relations dan komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Setyaningsih, Eka Dyah. Sofyan Marwansyah: “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products”, *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3, No. 1 (2019).
- Shahid, Shadma. Faheem Ahmed. Uzma Hasan: “A qualitative investigation into consumption of halal cosmetic products:the evidence from India”, *Journal of Islamic Marketing*, 9, No.3 (2018): 484-503.
- Sugiyono, Dkk. 2001, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D cetakan ke-10*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2012, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D cetakan ke-13*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

- Suryaputri, Rossje V. Fitri Kurniawati: “faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk halal”, TARADIN: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 1, No. 1 (2020).
- Tumangger, Ahmad Muhsin. Ahmad Adib Nasution. Jamaluddin: “Analisis Pengaruh Sertifikat Produk Halal Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Herbal Network International-Herba Penawar AL-Wahida Indonesia”, MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, 2, No. 2 (2022).
- Umar, Husein. 2013, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, Rajawali, Jakarta.
- Widyaningrum, Premi Wahyu: Pengaruh Kesadaran Halal, Celebrity Endorser Terhadap Minat pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi, Study Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Capital, 2, No. 2 (2019).
- <https://www.msglowofficial.org/> diakses pada tanggal 11 januari 2022, jam 13:13

