

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 279
- Al-Quran surat An-nisa ayat 29
- Ahsin W. al-Hafidz. 2005. Kamus Ilmu al-Qur'an. Jakarta: Amzah, h. 93.
- Ali, Hapzi, dan Hafizh Novansa. 2017. Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol 2. No 8. Hal 621-632.
- Arnould, Price & Zinkhan. 2005. *Consumers*, 2nd Edition. McGraw-Hill.
- Anandarajan. 2016. *Consumer Behaviour Toward Lifestyle Marketing – Issues And Concepts*.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- A.N. Rumengan., H.N. Tawas., R.S. Wenas. 2015. The Analysis of Brand Image, Product Quality, ad Pricing Strategy toward Consumer Purchase Decision of Daihatsu Ayla Manado Branch. *Jurnal EMBA Vol.3 No.2*.
- Bachdar, Saviq. 2017. *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*. Jakarta: Marketeers Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat jenderal
- Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji. 2003. *Modul Pelatihan Auditor Internal Halal*. Jakarta: Departemen Agama RI, h. 38.

- Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). 2018. Proyeksi Jumlah Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Gender dan Usia 2019
- Betty R. Jackson., and Michael Iv1c. Kee. 2004. Audit Information Dissemination, Tax Payer Communication and Tax Compliance: An Experimental Investigation of Indirect Audit Effects, the National Tax Association Minneapolis MN.
- Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Modul Pelatihan Auditor Internal Halal, Jakarta: Departemen Agama RI. 2003. h. 38.
- BPS. 2010. Diakses pada tanggal 2 Januari 2020, melalui Biro Pusat Statistik:  
<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- BPS. 2017. Kependudukan. Diakses pada tanggal 2 Januari 2020 melalui (<http://bps.go.id>).
- Bronatamala, Sella Yuke. 2013. Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Kfc .Studi Kasus: Kfc Kawi, Malang. Hal. 1-10
- Danger, Erik P. 1992. Selecting colour for packaging. England: Gower Technical Press Ltd.
- Davidson, William R, Sweeney, Daniel J, and Stampfl, Ronald W. 1998 Retailing Management 6/E. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Departemen Agama RI, Pedoman Pangan Halal bagi Konsumen, Importir dan Konsumen di Indonesia. 2000. Jakarta. Tim Penerbit Buku Pedoman Halal. Hal.4

- Engel, J. F. 1994, pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen, Edisi 6: jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Engel, J. F. 1995. Blackwell, R.D., Miniard, P.W. Consumer Behavior.8th Edition.Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. Manajemen Pemasaran, edisi kedua.
- Ghozali, Imam. 2001. Metode Penelitian Riset. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Abdul Halim. 2006. Tafsir Al-Ahkam, Edisi 1. Jakarta: Kencana), h. 258
- Hogan, S. 2005. Employees and Image: Bringing Brand Image to Life. The 2nd Annual Strategic Public Relations Conference. Chicago: Lippincot Mercer
- Hussin S. R, Hashim, H., Yusof, R.N, dan Alias, N. N. 2013. Relationship between Product Factors, Advertising, and Purchase Intention of Halal Cosmetic.
- Istianah. 2018. Analisis Sharia Marketing Mix terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian pada Online Shop Tiws.Id. Bogor: An-Nisbah Jurnal Ekonomi Syari'ah Vol. 05 No 01.
- Iswari, L. 2007. Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik.

- Ivane. 2012. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Mini market Alfamart Di Malang. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Japarianto, E. and Sugiharto, S. 2011. Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6, No. 1, pp.32-41
- Jellinek JS, 1970, Formulation and Function of Cosmetics, Willey Interscience, New York.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson. 2000. Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Karnawati, Tin Agustina. 2010. Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Malang. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, vol 5, no. 1.Desember 2010. 74-89.
- Karim, Adiwarmarman A. 2011. Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h.144.
- Kartajaya, Hermawan. 2005. Marketing in Venus. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Alma, Buchari. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta
- Keegan, W. J., dan Green, M. C. 2013. Global Marketing Management, New York: Lubin School of business.

- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip & Amsatrong. 2008. Marketing Management Issue Thirteen. Volume I. Jakarta. Erland.
- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran edisi Millenium, Penerbit PT.Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Sandra A Krasovec. 2006. Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Levy, M and Weitz, B.A. 2009. Retailing Manajemen. 7Ed. New York: Mc Graw Hill.
- Listiyorini, S. 2012. Analisis faktor-faktor Halal Lifestyle dan pengaruhnya terhadap pembelian rumah sehat sederhana, Jurnal administrasi bisnis Vol. 1, No. 1.
- Lita. 2019. Rekomendai Kosmetik Halal Dengan Harga Terjangkau. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020 melalui <https://www.shopback.co.id/katashopback/rekomendasi-kosmetik-halal>

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lotulung. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercross Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado.
- Mahwiyah. 2010. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen studi pada dosen fakultas syariah dan hukum UIN Jakarta.
- Mannan, Abdul. 1997. Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Terjemah, M. Nastangin, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa.
- Miru, Ahmadi. 2007. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Mufraini, M. Arief. 2013. Metode Penelitian Bidang Studi Ekonomi Islam. UIN Jakarta Press: Ciputat.
- Mustofa Edwin Nasution. 2007. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: Kencana, h. 160.
- Paulus J. Rusli. 2005. Nilai Unggul Produk Halal. Jurnal Halal, Nomor 59 Th X, Jakarta: LPPOM MUI, hlm. 15.
- Philip, Kotler. 2005. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Jilid Dua. Jakarta: Erlangga. Hal. 46.
- Philip Kotler dan Gerry Amstrong. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta: PT. Prenhalindo. Jld 1, hlm. 144

- Prastijo, Ristiyanto. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi. Keenam.  
Penerbit: BPFE – Yogyakarta
- Priangani, Ade. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. Bandung
- Pujiono, Arif. 2006. *Teori Konsumsi Islami*. *Jurnal Dinamika Pembangunan* Vol. 3 No.2.
- Purnamasari, Teti Indrawati. 2005. *Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia*. *Jurnal--Istinbath*, No. 1 Vol. 3.
- Qardhawi, Yusuf. 1999. *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani. h. 189
- Rahmawati, Asih. 2019. *PT. Paragon Technology and Innovation of Wardah Cosmetics*.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rao, Purba. 1996. *Measuring consumer perception through factor analysis*. *The Asian manager*. February-march, pp 28-23
- Reynolds FD, Darden WR. 1974. *Constructing Life Style and Psychographics*. Chicago: American Marketing Association: 74–87.
- Riskiyana, Ulfa. 2019. *The Influence of Hijabers Community through Lifestyle and Hijab Purchase Decision in Students' of Faculty of Economics University of Jember*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*

Salomon, M. R. 1999. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 4th Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Sangadji, E.M, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Sari, Dewi Kurnia dan Sudardjat, Ilyda. 2013. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Para Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera utara, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol 1, No 4.

Satyahadi, Alfred. 2013. diakses 10 Januari 2019 melalui

<http://www.indonesiaprintmedia.com/pendapat/225-pentingnya-penggunaan-label-pada-kemasan.html>,

Septini, Ryma Dwi Ananda. Pengaruh Halal Lifestyle , Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung, diakses 17 Februari 2020 melalui :

<Http://www.jobstreet.co.id/en/companies/767220-pt-paragon-technologyandinnovationptai>

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana

Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana.

Setianingrum, Harum. 2015. Pengaruh Komponen Karakteristik Perusahaan Terhadap Intellectual Capital Disclosure (studi perusahaan go publik ng bergabung dalam index LQ-45 tahun 2012 dan 2013 di BEI)

Sheth, Jagdish, N., Mittal, Banwari, Newman, Bruce, I. 1999. *Customer Behavior: Customer Behavior and Beyond*. The Dryden Press. Orlando



- United States of America: Harcourt Brace College Publishers.
- Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta, h.12.
- Sukesti, Fatmasari. 2014. The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase Decision on Food Product in Indonesia. Semarang: International Journal of Business, Economic and Law.
- Sulistyawati, Praba. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang. Jurnal Universitas Diponegoro.
- Sulistyowati, Retno. 2010. Labelisasi Halal . diakses tanggal 15 april 2010 melalui <http://www.esqmagazine.com>
- Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriadi, Cecep. 2009. Wardah, Lari Kencang Bersama Komunitas. diakses pada 17 Februari 2019. <http://www.marketing.co.id/wardah-larikencang- bersama-komunitas/>
- Surachman. 2008. Dasar-Dasar Manajemen Merek. Malang: Bayumedia Publishing.

- Susanto, Christian. 2004. Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, September.
- Stanton, Wiliam J. 2004. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna, 2003. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Posdakarya.
- Suyanto, Ama. 2019. Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal Di Indonesia.
- Suyanto, Bagong . 2013. Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Swastha, Basu dan Sukotjo. 2000. Manajemen Pemasaran Modern Yogyakarta: Liberty.
- Tahmid, Khairuddin. 2017. Halal Lifestyle. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020 melalui <http://mui-lampung.or.id/>
- Tarigan, Eka Dewi Setia. 2016. Pengaruh Halal Lifestyle, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol 3. No. 1.
- Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri & Muryani. 2001. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum

- Mineral di Kotamadya Surabaya, Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2  
No. 3 Desember 2001: 48-58, FE Universitas Airlangga Surabaya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trimanah, Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations, Jurnal Ilmiah  
Komunikasi, No. 1, Vol. 3.
- Top Brand Award. Trop Brand Index. Diakses pada tanggal 19 Juli 2017 melalui  
[http: topbrand-awards.com](http://topbrand-awards.com)
- Tybout, A. M., Calkins, T. 2005. Kellog on Branding. New Jersey: John Wiley &  
Sons, Inc.
- Wicaksono, Muhammad. 2007. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen. Bumi Aksara. Jakarta.
- Widodo, Tri. 2015. Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie. Skripsi Universitas  
Muhammadiyah. Surakarta.
- Wijaya, Toni. 2011. Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta Barat: Indeks.
- Wijayanti, Titik. 2012. Management Marketing Plan, PT Elex media Komputindo,  
Jakarta, hal 30.
- Winarno, Wahyu Wing. 2015. Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan  
Eviews, Edisi empat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yayasan Halalan Thayyiban dan LPOM MUI. 2002. Diakses pada tanggal 18  
Desember 2019 melalui  
[www.indohalal.com](http://www.indohalal.com)

Yoestini dan Eva Sheila Rahma. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson Di Kota Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Volume VI. No. 3. Desember 2007. Hal. 261 – 276. Semarang.

Yuswohady. 2015. Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Zuliana, Rofiqoh. 2012. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen membeli produk mie instan Indofood. Semarang: Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo

