

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2006). Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Manajemen Pemasaran (Jilid 1). PT. Indeks.
- Lidyawatie. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta Kotler,
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2010). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan. Jurnal Ekonomi Islam. VolV.No.2(2010)
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention. Second Edition. New York: Guilford Press
- Burhanuddin. Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal. (Malang: UIN Maliki Press, (2011).
- Ghozali, I. Latan, H. (2012). Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Annafik, A. F. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). Journal of Management. Vol.1 No.4 Tahun (2012).
- Sutisna (2012) Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran. Edisi Ke 2. Bandung: Remaja osdakarya

Aceng, R. F., dan Nurmalina, Rina. (2012). *Merawat Kulit & Wajah*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo

Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Murniati, Monika P., et al. 2013. *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Unika

Soegijapranata Suryana, Popo dan Dasuki, Eliyandi S.(2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang. *Ekonomi Journal Trikonomika* , 12 (2): 190–200.

Schiffman dan Kanuk(2014). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT.

Indeks Gramedia Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C.(2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5 thedition. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)* (4th ed.). Salemba Empat. Sepang, J., Mananeke, L., &

Sahangamu, S. (2015). Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*

Baskoro Ndaru Murti(2014). “Analisis pengaruh iklan dan Celebrity Endorser terhadap citra merek dalam meningkatkan minat beli pada produk sepatu olahraga ADIDAS” Skripsi Universitas Diponegoro

Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2, No.8 Tahun

2014

Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014).

Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Incorporated.

Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA. Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*

Yasid, Fikri Farhan, Yuli Andriansyah. 2016. *Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia*. Yogyakarta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Widyaningrum, P.

- W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume VI(2), Hal 83
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rosita, A. (2017). Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian BuahBuahan di Toko Buah Sekitar Pasar Induk Buah dan Sayur Gemah Ripah. *Journal Department of Agribusiness*. (2015). Perilaku konsumen dan teori penerapannya dalam pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Ranu Nugraha, M. K. M., Aniesa Samira B. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 113-120
- Sholihah, A. H. 2017. Analisis Faktor Risiko Kejadian Infeksi Saluran Kemih (ISK) Oleh Bakteri Uropatogen Di Puskesmas Ciputat Dan Pamulang Pada Agustus-Oktober 2017. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37298/1/Al fi Hidayatus Sholihah-fkik.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37298/1/Al%20Hidayatus%20Sholihah-fkik.pdf). diakses tanggal 16 Mei 2022
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114
- Notoadmojo, Soekidjo (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka

Cipta.

Muhammad Anwar Fathoni, Konsep Pemasaran Dalam Pespektif Hukum Islam,
Jurnal Hukum dan Syariah, Vol. 9 No. 1, 2018

Wahyudi, Denok Setyo Rahayu (2019). “Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat
Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square”.
Jurnal Ilmu- Ilmu Ekonomi, Vol. 12, No. 2

Nanda, R., & Dewi, T. (2019). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan
celebrity endorser terhadap keputusan pembelian smartphone melalui
minat beli sebagai variabel intervening. Jurnal Administrasi dan Bisnis.
Vol 7, No 4 (2019).

<https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/2862>

Novagusda1, F. N. (n.d.),(2019). Pengaruh pemberian label halal, citra
merek, dan kualitas multivitamin terhadap minat pembelian konsumen
dengan tingkat kepercayaan sebagai variabel intervening (studi kasus
produk redoxon di jabodetabek). Jurnal
InovasiManajemenEkonomiAkutansi.Vol.1No.3Oktober2019.

<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jimea/article/view/1214>

Aditi, B. (2019). *Innovation Product and Halal Labelization in Buying
Repurchase. International research journal of business studies*;Vol 12, No
1 (2019): April - July 2019. Retrieved from <http://www.irj>

Larasati, A., Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2019). Pengaruh Label Halal
Terhadap Produk Kecantikan. *AlMaal: Journal offl slamic Economic sand
Banking*.

https://www.researchgate.net/publication/335437126Pengaruh_Label_Halal_Terdapat_Produk_Kecantikan

Rahmawan, G., Hidayat, R., & Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, P. (n.d.). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, Vol12, No2(2020). <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/7399>

Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan minat beli produk shopee melalui celebrity endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46

Farahdiba, Dea. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi Dea Farahdiba Mahasiswa Magister Sains Manajemen, Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 1–16

Diniyah1, K. (n.d.). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Selatan Pada Remaja di Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Administrasi* Vol. 24. No. 2 Desember, 2021. Hal.143 <https://doi.org/10.30649/aamama.v24i2.128>

Fatonah Larasati, S., Ria Safitri, U., Puji Rahayu, L., Ekonomi, F., & Boyolali Jl Pandanaran (2021). Pengaruh kualitas produk, promosi dan potongan harga terhadap keputusan pembelian produk wardah kosmetik (studi kasus pada keputusan pembelian produk wardah kosmetik di toko eviaa kosmetikKartasura). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 2021. <https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/595>

- Stai, Y., Chik, T., Kulu, P., & Aceh, . Fenomena Impulse Buying (pembelian tidak terencana) pada praktik belanja online ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Keagamaan dan Ilmu Sosial*. Vol.6 No.2 (2021).
- Sitompul, S. (2021). 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(1), 51–64.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Journal Management, Business, and Accounting*,
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641– 647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Iswara, G. A. N., & Santika, I. W. (2021). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh EWom Terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5182. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p1>
- Rohmahtus Sholihah, Muhammad Al Faruq, Konsep Keluarga Sakinah Menurut Muhammad Quraish Shihab, *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, Vol. 1, No. 4, Desember 2021
- Faisol, A., Jariah, A., & Hidayat, Z. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Simpati (Studi

Empiris Pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang). E-ISSN : 2715-5579. *Jornal of organization and Business Management* Vol.4 No.3 Maret,2022. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm>

KEMENAG RI. (2022, Maret 15). Bagaimana Sinergi BPJPH, LPH, dan MUI dalam Sertifikasi Halal? Ini Penjelasan Kemenag. Retrieved from kemeng.go.id: <https://www.kemenag.go.id/read/bagaimana-sinergi-bpjph-lph-dan-mui-dalam-sertifikasi-halal-ini-penjelasan-kemenag-orvw4Kompas.com>. (2022, Maret 15). Pemerintah Terbitkan Sertifikasi Halal, tetapi Fatwa Halal Tetap Dikeluarkan MUI. Retrieved from nasional.kompas.com:

<https://nasional.kompas.com/read/2022/03/15/09292971/pemerintah-terbitkan-sertifikasi-halal-tetapi-fatwa-halal-tetap-dikeluarkan?page=all>

Maula, Fika Hidayatul (2022) Pengaruh Label Halal Awareness, Gaya Hidup, Brand Ambassador dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Preferensi sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Lumajang. Masters thesis, UIN KH Achmad Siddiq Jember

Tri Septin Muji Rahayu , Resti Handayani Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word Of Mount (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian MS GLOW Di Cilacap Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto *Jurnal Manajemen* Vol. 17 No. 1 April 2023 (ISSN Cetak 1978-6573) (ISSN Online 2477-300X)

Endhar Widjaya Putra,dkk., “Pengaruh diskon terhadap minat beli serta

dampaknya pada keputusan pembelian”, Jurnal Administrasi Bisnis

Vany Dwi Hapsari, M. Widyanto,. Analisis Faktor Konsumen Pria Membeli Jasa Perawatan Wajah di Larissa Aesthetic Center Semarang. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan. Vol.2 No.1.
<https://doi.org/10.24167/jemap.v2i1.2101>

Nur Arifal Hartono Tri Palupi Robustin(2018)STIE Widya Gama Lumajang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE WidyaGamaLumajang)<http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jm>

