

DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Departemen Agama RI. (2007). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Syamil Quran.

Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Terjemahnya Disertai Tanda-Tanda Tajwid Dengan Tafsir Singkat*. Jakarta: Bayan Qur'an.

BUKU

Arifianti, R., Kartini, D., Sendjaja, T. P., & Yunizar. (2010). *Gaya Hidup Hedonis*. Bandung: UNPAD Press.

Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and Practice*. United State of America: A Pearson Education Company.

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.

Digwiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: LPU-UNAS.

Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutika Prio.

Fathoni, M. A. (2021). *Kesadaran Konsumen terhadap Makanan Halal di Indonesia*. Banyumas: Pena Persada.

Gainau, M. B. (2016). *Pengantar metode Penelitian*. Yogyakarta: Kanisus.

Gunawan, C. (2012). *Mahir Menguasai SPSS*. Yogyakarta: Budi Utama.

Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Ekonisia.

Helmi, S., & Lutfi, M. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

J, s. W. (2005). *Prinsip Manajemen Edisi Ketujuh Terjemahan Yohanes*. Jakarta: Erlangga.

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, A. (2009). *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom.
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ningrum, A. K. (2015). *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2019). *Peran Kesadaran Merek Halal pada Perilaku Konsumen*. Purwokerto: UM Purwokerto.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2013). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Pandriantoro, N., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2020). *Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Puspitasari, F. (2018). *Apakah Diskon itu?* Yogyakarta: Penerbit Buku KTSP.
- Sarmawan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri I*. Bogor: IPB Press.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Personality and Consumer Behavior 9th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Simamora, & Henry. (2010). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Sugiarto, D. S. (2006). *Metode Statistika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujawerni, V. W. (2014). *metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafe'i, R. (2000). *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- T, R. I., & L, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Purwokerto: Pena Persada.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yulai, E., & A, N. S. (2015). *Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNJ.
- Zulham. (2018). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta: Penerbit Kencana.

SKRIPSI

- Mahendra, A. L. (2021). *Pengaruh Scarcity Message dan Discount terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Konsumen Tokopedia di Kota Malang)*. [Skripsi]. Malang: Universitas Muhammdiyah Malang.
- Wulandari, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) terhadap Keputusan Impulse Buying pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*. [Skripsi]. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

JURNAL

- Aggarwal, P., Jun, S. Y., & Huh, J. H. (2011). Scarcity Message: A Consumer Competition Perspective. *Journa of Advertising Vol 40 No. 3 2011*, 19-30.
- Bahri, A. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam. *Jurnal Studi Islamika Vol. 11 No. 2 Desember 2014*, 347-370.

- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 5 No. 1 Mei 2016*, 434.
- Khaleq, A. A., Ismail, S. H., & Ibrahim, H. M. (2015). A Study on the Factors Influencing Young Muslims' Behavioral Intention in Consuming Halal Food in Malaysia. *Shariah Journal Vol. 1 No. 23 2015*, 79-102.
- Rahmah, M., & Idris, M. (2018). Impulsive Buying Behaviour dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah Vol. 1 No. 2 2018*, 94.
- Saputri, E., & Nurdin, R. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Keberagaman Produk dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik di Kalangan Mahasiswi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam Vol. 3 No. 1 2021*, 1-12.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah Vol. 1 No. 1 Juni 2011*, 22-39.

WEBSITE

- Dihni, V. A. (2022, Juli 2022). *Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)*. Diakses dari Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Nadha, C. (2020, Oktober 19). *Apa Saja Titik Kritis Kehalalan Kosmetika?* Diakses dari LPPOM MUI: <https://halalmui.org/apa-saja-titik-kritis-kehalalan-kosmetika/>
- Pahlevi, R. (2022, Juni 3). *Proporsi Jumlah Transaksi E-Commerce Menurut Kategori Produk (2021)*. Diakses dari Databoks : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce>
- Uli. (2021, Desember 29). *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>