

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, Metodologi Penelitian Kuantitatif, 1 ed. (Sleman: Aswaja Pressindo, 2015).
- Aiman, Ammar, dkk. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi), Jurnal Perikanan dan Kelautan Vol. VIII No. 1, Juni 2017.
- Alim, Shilachul Alfinul, M Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 62 No. 1. H.127-134.
- Amir, Amri, Junaidi, dan Yulmardi, Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya, 1 ed. (Jambi: IPB PRESS, 2009).
- Andrian, Chriptophorus Indra, Jumawan, and M. Fadhli Nursal. *Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri*. Vol. 3, 2022.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Anggraini, Dwi Sinta, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin, 2020).
- Apri Budianto. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta. Penerbit Ombak, 2015.
- Arif, Muhammad, and Sufitri Mulia Sari. "Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Seminar Of Social sciences Engineering & Humaniora* (2019): 1–66.
- Armstrong, Gary, dan Philip Kotler, Marketing An Introduction, 13 ed. (United States of America: Pearson Education, Inc, 2017).
- Arnold, David. The handbook of Brand Management. Terj. Marina Katherine, Pedoman Dalam Manajemen Merek, Surabaya: Kentindo Soho, 1996.
- Ashoer, Muhammad, M Haerdiansyah Syahnur, Rezky R Taufan, and A Nursiskawati Siangka, 'Menyelidiki Loyalty Millenial Pada Transportasi Online; Studi Mediasi Berbasis SEM-PLS', *Manajemen Dan Bisnis*, 5.2 (2019).
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors Affecting Halal Purchase Intention – Evidence From Pakistan'S Halal Food Sector. *International Journal*

- Biasramadhan, Pandu, 'Layanan Registrasi Produk Kosmetik Di Indonesia', In.Corp , 2023 https://www.cekindo.com/id/service_category/kosmetik [diakses 13 Januari 2024].
- Boluda, I. K., & Fernández, A. H. (2012). Brand Impact on Purchase Intention. An Approach.
- Daga, Rosnaini, Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan, 1 ed. (Makassar: Global Research and Consulting Institute (Global-RCI), 2017). detikNews, "MUI Label Halal Lama Masih Bisa Dipakai Sampai 5 Tahun," newsdetik.com, 2022 [diakses 3 November 2023].
- Desmayonda, Ananda dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.12 No.1. H. 180-196.
- Devi Lestari, Asriani, Nur Wahyu Ningsih, Weny Rosilawati, Dania Hellin Amrina, 2022, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam, *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Volume 3, No 1, h. 57-80.
- Digdowiseiso, Kumba, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 1 ed. (Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017).
- Faradhilla, Ninda Aulia, "Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).
- Firmansyah, M. Anang, Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy), Jakarta: Erlangga, 1 ed. (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019).
- Ginting, Sinta Ulina, and M Khoiri, 'Pengaruh Iklan, Beauty Vlogger Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Wardah Di Kota Batam', *Journal of Management & Business* , 6.2 (2023).
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. 1999. *Bisnis*, terj Edina C. Tarmidzi. Jakarta: Prenhallindo.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 1 ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020).
- Hartanto, Rian 2019, *Brand & Personal Branding*, Denokan Pustaka, Yogyakarta.
- Andrian, Chriptophorus Indra, Jumawan, and M. Fadhli Nursal. *Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri*. Vol. 3, 2022. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

- Anggraeni, Puput Dewi, and Tantri Adithia Sabrina. "Pengaruh Harga, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Oleh-Oleh Tempat Wisata di Semarang" 26 (2021).
- Arif, Muhammad, and Sufitri Mulia Sari. "Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Seminar Of Social sciences Engineering & Humaniora* (2019): 1–66.
- Armstrong, kotler dan. "Prinsip Prinsip Pemasaran" (n.d.).
- Desmayonda, A, and A F M Trenggana. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung." *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2019): 180–196.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Faradhilla, Ninda Aulia. "Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Gary Armstrong and Philip Kotler. *Marketing An Introduction*. United States of America: Pearson Education Inc, 2017.
- Hasanah, Fadhilatul. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah." *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 485
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, and Anis Darsiah. "Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (26): 204–212.
- Hikmawati, Fenti, Metodologi Penelitian, 4 ed. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020).
<https://ekonomi.bisnis.com/> (November, 2023).
<https://www.kompas.com/> (November, 2023).
- Hussin, S. R., Hashim, H., Yusof, R. N., & Alias, N. N. (2013). Relationship between Product Factors, Advertising, and Purchase Intention of Halal Cosmetic. *Pertanika Journals Social Scientis and Humanities*, 85-100.
- Immamuddin, M, Syahrul dan Raymond Dantes. (2019). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa Ptkin SeSumatera Barat. *Kabilah : Journal of Social Community*, Vol. 5 No.1. H.14-25.
- Indah, (2023), Lebih 38 Ribu Produk Tersertiikat Halal BPJPH Sejak Januari 2023, kemenag.go.id/pers-rilis, diakses pada 13 Januari 2024.

- Indonesia, Pemerintah. *Peraturan Pemerintah Nomer 69 Tahun 1999 Tentang Label Halal Dan Iklan Pangan*, 1999.
- Irrasanti, Raissa Amalia, “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cuci Muka Garnier Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2022).
- Irwansyah, Rudi, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, dkk., *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021).
- Karim, Muchith A, *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*, 1 ed. (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2013).
- Kasdi, Abdurrohman, “Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam,” *Equilibrium*, Vol. 1.1 (2013), 18–32.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kementrian Agama RI. 2013. *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*, ed. Muchith A. Karim. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat.
- Kismayanti, Dwi, Michael Musyaffi, and Hera Khairunnisa. “Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS” (n.d.): 11.
- Klisman, Ronaldo, “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)” (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2021).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran* Ed. 9 Terj. Bambang Sarwiji. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* Ed. 13 Jilid 1, Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (Alih Bahasa Bob Sabran), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 12 ed. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008).
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 14 ed. (New Jersey: Pearson Education, Inc, 2012).
- Kurniawan, Gogi, *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*, 1 ed. (Surabaya: Mitra Abisatya, 2020).
- Kurniawan, Rudi, La Ode Alimusa, and Al Asy Ari Adnan Hakim. “Pengaruh Religiusitas, Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Halal Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Religiusitas (Studi Di Kota Kendari Provinsi

- Sulawesi Tenggara).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (October 29, 2022): 2748.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Kementrian Agama RI, 2019).
- M Anwar, Suhardi. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*, n.d.
- Mahandri, Wisnu, Junianto Tjahjo Darsono, Achmad Firdiansjah. (2020). The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions, Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 3, No 3, August 2020, Page: 1739-1746.
- Mubarok, Jaih, Khotibul Umam, Destri Budi Nugraheni, Veri Antoni, Kesumawati Syafei, dan Shandy Primandasetio, *Ekonomi Syariah bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata 1*, 1 ed. (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021).
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Muhtarom, Abid, Muhamad Imam Syairozi, and Hesty Lovi Yonita, ‘Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10.S1 (2022).
- Mukhsinah, *. “The Impact of Product, People, Process Dan Physical Evidence on Customer Loyalty at PT. Samudera Shipping Services - Surabaya.” *Jmm17* 1, no. 01 (2014): 43–83.
- Mundir, Abdillah, Muhammad Nizar, Ajeng Rima Mustaqimah, and Faujiah Ani, ‘Pengaruh Iklan, Brand Image Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Santriwati Pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Asrama I Pon dok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan’, *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari’ah*, 8.2 (2021).
- Negarawan, Gesit Ikrar. “Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Membeli Yang Di Moderasi Oleh Tipe Kepribadian Ekstrovet” 22, no. 1 (2018).
- Nurhayati, Risma, Muhammad Hasanuddin, dan Dedi Suyandi, “Pengaruh Labelisasi halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo,” *Jurnal Ekonomi Industri Halal*, Vo. 2.No. 2 (2022), 15–29.
- of Commerce and Management, 38(1), 8–20.
- Palupi, Diah Ayu Retno. “Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Produk Skincare dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Konsumen Produk Skincare Kota Bandar Lampung).” *Skripsi* (2022).

- P Panca, Wayan Agung, I Nyoman Jamin Ariana, and Ni Ketut Arismayanti, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Dan Citra Hotel Melati Di Kelurahan Seminyak Kabupaten Badung Bali', *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1.1 (2017).
- Pemerintah Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, Pemerintah Republik Indonesia, 1999.
- Pengawasan, Direktorat, and Kosmetik, Laporan Tahunan Direktorat Pengawasan Kosmetik 2022.
- Pertiwi, Suci. "The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price On Purchasing Decisionle Minerale In Medan Polonia District With Promotion As Moderation Variabel" 9, no. 2 (2023).
- Prasetyo, Hendi, and Vera Anitra, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur', *Borneo Student Research* , 2.1 (2020).
- Pratiwi, Anisa Eka, Hari Purwanto, and Heny Sidanti, 'Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Masyarakat Kota Madiun)', *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4* , September, 202 2023.
- Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perindustrian. 2015. Rencana Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035. Jakarta: Kemenperin.
- Putra, Panji Adam Agus, "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1.No. 1 (2017), 150–165.
- Putri, Felysia Suganda, and Yudi Sutarso. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Niat Beli Produk Supermarket Syariah Pada Generasi Z Dengan Moderasi Religiusitas" 9, no. 02 (2024).
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, and Asmi Ayuning Hidayah. "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui" (n.d.).
- Rahardjo, Christopher Richie. Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 1 No. 1, April 2016.
- Ridwan, Muhammad, Isnaini Harahap, dan Pangeran Harahap, "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)," *j-EBIS*, Vol. 3.No. 2 (2018), 132–147.
- Ririn Furadantin, Natalia. "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018" (n.d.): 4.

- Rizqia, Fina, “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Halal Food (Studi Kasus di Studio Foodcourt Tunjungan Plaza Surabaya)” (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018).
- Saleh, Syamsilasmi, Zulkarnain, dan Kasman Arifin, “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau,” *Jurnal Economica*, Vol. 8.1 (2020), 139–57.
- Saputri, Oktoviana Banda. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia, *Jurnal Masharif alSyariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 5, No. 2, h. 23-38.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, dan Nursaidah, *Manajemen Pemasaran*, 1 ed. (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021).
- Setiadi, Nugroho J.. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Shakirah, Ana, Md. SAPIR dan Nur Ilma Ambo. (2021). Halal Cosmetic Awareness Among College Students in Malaysia, *International Journal of Business & Economic Studies*, Vol: 3, No: 1, pp.17-26.
- Simbolon, Siti Eni Aisyah, “Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Padangsidimpuan, 2019).
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 1 ed. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 19 ed. (Bandung: Alfabeta, CV, 2013).
- Suryadi, bambang, and Bahrul Hayat, *Religiuitas Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, (2021).
- Suryowati, Budi, and Nurhasanah, ‘Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal’, *Jurnal Komplexitas* , IX.11 (2020).
- Susanto, Yerry, and Realize Realize. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia.” *eCo-Buss* 5, no. 2 (December 10, 2022): 508–518.
- Sutrisno, Rivan. “Perilaku Konsumen Muslim: Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan dan Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Bandung”. *Sigma-Mu*, 2 September, 2013.
- Thalib, Muh. Dahlan, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spiritual*, 1 ed. (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019).

- Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, 4 ed. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015).
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
Undang-undang Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014, hal. 1–40.
- Utami, Nadira Noor dan Genoveva Genoveva. (2020). The Influence Of Brand Image, Halal Label, And Halal Awareness On Customers Purchasing Decision Of Halal Cosmetic, Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Vol. 4, No. 2, h. 355- 365.
- Vani, M Irvandi, and Nur Ajizah. “Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembeli (Studi Pada Rumah Makan Ayam Geprek SA’I Di Kecamatan Pandaan)” (2023).
- Wardhani, Widya, dkk. Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol VI, No 1. April 2015.
- ZAP Beauty Index 2019, <https://zapclinic.com/> (November, 2023).