

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Eri & Sujana. 2013. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 1 No 2. ISSN 2337 – 7860
- Ahmad; Abaidah dan Yahya. 2013. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember. *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers*.
- Alfian, Ian & Marpaung, Muslim. 2017. Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth*, Vol. 2, No.1, 2017: 122-145.
- Alim, Shilachul Alfinul, Mawardi, M. Kholid, & Bafadhal, 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*, Vol. 62 No. 1, 127-134.
- Andriansyah, Yusuf, Arifin, Rois, & Slamet, Arifin R. 2017. Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(02).
- Arifin, Nur Latif. 2017. Analisis pengaruh Persepsi Kualitas, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Aspan, Henry. Sipayung, I. M. Maharrami, Ade P. Dan Ritonga, Husni M. 2017 . *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Product. International Journal of Global Sustainability*. Vol. 1, No 1. ISSN : 1937-7924.
- Asrina & Bulutoding, Lince. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin). *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 2 No.1, 55-68.
- Astogini, Dwiwiyati; Wahyudin & Wulandari, Siti Z. 2011. Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan). *JEBA*. Vol. 16 No. 1.
- Baasiouny, El . 2013. *Perceived Value and Perceived Usefulness of Halal Labeling: The Role of Religion and Culture. Journal of Business Research*.

- Briliana, Vita. Mursito, Nurwanti. 2017. *Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths' attitude Toward Halal Cosmetic Products : A case Studi in Jakarta.*
- Bulan, Tengku Putri Lindung & Rizal, Muhammad. 2016. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala simpang Kabupaten Aceh Tamiang.* **jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 5, No.1, Mei 2016**
- Che dan Mustafa. 2010. *The Effect of Halal Label, Halal Awarness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products. International Journal of Global Sustainability. Vol. 1, No 1. ISSN : 1937-7924*
- El-Baasiouny. 2014. *Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths' attitude Toward Halal Cosmetic Products : A case Studi in Jakarta.*
- El-Menouar. dan Stuftung. 2019. Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. **Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 66 No.1**
- Fauzia, Diah R. S; Pangestuti, Endriana dan Bafadhal, A. S. 2019. Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. **Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 66**
- Ghufro M. Nur & Risnawita S. Rini. 2017. *Teori-teori Psikologi.* **Jogjakarta. AR-RUZZ MEDIA.**
- Harahap, Darwis; Farizal, Nando & Nasution Masbulan. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 4 No. 2, 185-204.*
- Hartmann. Ibanez, Apaolaza. 2012. *Perceived Value and Perceived Usefulness of Halal Labeling: The Role of Religion and Culture. Journal of Business Research.*
- Hidayat, Wanda Gema Prasadio Akbar. 2018. Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah menggunakan Citra Merek (*Brand Image*) sebagai Variabel Intervening.

- Imamudin, M. 2017. Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017. *Journal of economic studies . Vol 1 No 1*
- Isa, Muhammad; Lubis, Aswadi dan Lubis, Ilma Sari. 2020. Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 1*
- Jamal, Ahmad. Shafiruddin, Juwaidah. 2014. *Perceived Value and Perceived Usefulness of Halal Labeling: The Role of Religion and Culture. Journal of Business Research.*
- Khuwaroh, Khumairotul. Widarko, Agus. Dan BS, M. Khoirul Anwaruddin. 2018. Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Produk, Promosi, dan Harga pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-jurnal Riset Manajemen.*
- Mahwiyah. 2010. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Munir, Muhammad., Hidayat, khoirul., Fakhry, Muhammad., dan Mu'tamar, Muhammad Fuad. 2019. Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (*Halal Awareness*) dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal Vol. 03 No. 02*
- Niswah, M Farokhah. 2018. Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza. 2014, Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji, Lampung: LP2M Raden Intan Lampung.
- Rokeach. Dan Bank. 2012. Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 66 No.1*
- S, Mohezar; Zailani, Suhaiza. Dan Zainuddin, Zainorfarah. 2016. *Halal Cosmetics Adoption Among Young Muslim Consumers in Malaysia: Religiosity Concern. VOL. 6. ISSUE 1.*
- Sari, Dewi K., & Sudardjat, I. 2013. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Junal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1 No. 4*

- Saifuddin, Ahmad. 2018. Psikologi Agama Implementasi Psikologi untuk Memahami Perilaku Beragama. Klaten; Penerbit Prenadamedia Group.
- Sangadji. 2013. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
- Sukesti, Fatmasari; Budiman, Makhmud. 2014. *The Influence Halal Label And Personal Religiousity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia. International journal of business, economics, and law. Vol. 4 ISSUE 1.*
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertai. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sutardi. 2013. Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Produk, Promosi, dan Harga pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-jurnal Riset Manajemen.*
- Tarigan, Eka D. S. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
- Tjiptono. 2008. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
- Utami, Budi Wahyu. 2013. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli, Yogyakarta.
- Wibowo, D. E., & Madusari, B. D. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal, Vol. 1 No. 1. 73-80*
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia.*