

DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah, F. (2018). Pengaruh Label Halal, dan Religiusitas terhadap minat beli dan Keputusan pembelian. *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol.5, No.1, Agustus 2018, 49-59.*
- Auliyanti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone. *Jurnal Riset Manajemen.*
- compas. (n.d.). *77.6% Penjualan Lipstik di Toko Online Dikuasai Brand Lokal.* Retrieved desember 2, 2020, from compas.co.id: <https://compas.co.id/article/penjualan-lipstik>
- Azizah, F. N. (2017). Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan di KSU Jafar Medika Syariah.
- Firmansyah, M. Anang (2019). *Pemasaran Produk dan merek (Planning & Strategy).* Qiara Media.
- Fauzia, D. R. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis .*
- Fitriana, Y. S. (2019). pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame . *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS VOL.2 NO.12019.*
- Ghozali, I. (n.d.). Aplikasi Analisis Multivariate (dengan IBM SPSS 23). Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamaluddin. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online. *Jurnal Akrab Juara.*
- kemenperin.go.id. (2020, januari 27). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik.* Retrieved desember 2, 2020, from kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lamalewa, F. (2018). The Influence of Lifestyle and Brand Images on Deecisions on Samsung Brand Smartphone Purchasing In Students Of Economic and Business at The University of Musamus, Merauke . *international journal of mechanical Engineering and Technology (IJMET).*
- Lisma, N. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi

- Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan tahun 2012). ***JPE-Volume 9, Nomor 1, 2016.***
- LPPOMMUI. (2019, mei 20). *Pendaftaran Sertifikasi Hala*. Retrieved desember 2, 2020, from [halalmui.org](http://www.halalmui.org): <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>.
- Niswah, F. M. (2018). Hubungan Persepsi dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Tanpa Label Halal . ***Jurnal Middle East and Islamic Studies, Volume 5 No. 1 Januari – Juni 2018.***
- Mukorobin, A. (2020). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Perceived Behavior Control Terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal. ***e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma.***
- pmb@ittelkom-pwt.ac.id. (n.d.). *Daftar Perguruan Tinggi Di Purwokerto*. Retrieved desember 2, 2020, from pmb.ittelkom-pwt.ac.id: <https://pmb.ittelkom-pwt.ac.id/2016/06/08/daftar-perguruan-tinggi-di-purwokerto/>
- PT.ParagonTechnologyandInnovation. (n.d.). *About Paragon*. Retrieved januari 17, 2021, from [paragon-innovation.com](https://www.paragon-innovation.com): <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>
- Puspita, R. C. (2018). Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. ***Jurnal Administrasi Bisnis .***
- Putri, I. S. (2018). The Influence of Knowledge and Religiosity With Mediation Of Attitude Toward the Intention of Repurchasing Halal Cosmetics. ***Advances in Economics, business and Management Research volume 72.***
- Rahmah. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Produk Halal Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Pada konsumen muslim. ***Sketsa Bisnis, Vol. 7, No. 1, Desember, 2020, 1-.10.***
- Risnawati, L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Revlon. ***e-Proceeding Of Management : vol.2, No.1 April .***
- Sangadji, D. E. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV Andi Offset.
- Sari, F. M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. ***Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1.***
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sukma, K. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah MEN'S Biore. *E-jurnal Manajemen Unud* .
- Suliyanto, D. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Suliyanto, D. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, E. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Wardah. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 47-61.
- TopBrandAward. (n.d.). *Top Brand Award*. Retrieved desember 2, 2020, from www.topbrand-award.com: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.
- Wijaya, T. (2019). The Effects of Consumer Knowledge and Religiosity on Halal Cosmetics Buying Intention with Consumer's Attitude as the Mediation Variable. *Sumerianz Journal of Business Management and Marketing* .
- Wulansari, E. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Reputasi dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Yofina Mulyati, V. R. (2017). The influence of halal label and brand ambassador on decision of purchasing cosmetic wardah in padang city. *Annual coference on Economics, Business, Accounting and social sciences (ACEBASS)* .
- Yuswohady. (2015). Marketing To The Middle Class Muslim-Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya. Jakarta: penerbit Gramedia Pustaka Utama.