

## DAFTAR PUSTAKA

- Anandita, Florentinus., Bigar Anung, Sumarno Dwi Saputra. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. **Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 2 Juni 2015**
- Arifin., Kholifatul Khoiriyah. 2018. Pengaruh Trust dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli Online. **Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Vol. 9 No. 1 Juli 2018**
- Arifin, Muhammad., Imroatul Khasanah. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian. **Diponegoro Journal Of Management Vol. 6 No. 4 2017**
- Ariyanti, Kurnia., Sri Setyo Iriani. 2014. Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Kosmetik Organik. **Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 4 Oktober 2014**
- Aspan, Henry., Iskandar Muda Sipayung, Ade Putri Muharrami, Husni Muharram Ritonga. 2017. *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products.* **International Journal of Global Sustainability Vol. 1 No. 1 2017**
- Astuti, Retno., Rizky Lutfian Ramadhan Silalahi, Galuh Dian Paramita Wijaya. 2015. *Marketing Strategy Based On Marketing Mix Influence On Purchasing Decisions Of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia.* **Agriculture and Agricultural Science Procedia Vol. 3 2015**
- Budiyanto, Arief. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di PT. Yerry Primatama Hosindo. **Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 1 No. 3 April 2018**
- Cahyani, Sri, Nidia., S.L.H.V Joyce Lopian, Johan Tumiwa. 2017. *The Effect Of Brand Image, Perceived Price And Perceived Quality On Consumers Decision Of Pond's Skin Care Product.* **Jurnal EMBA Vol. 5 No. 2 Juni 2017**
- Ghozali, Imam. 2016. Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gunawan, Steffi. 2015. *The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision.* **Jurnal iBuss Management Vol. 3 No. 2 2015**

- Haro, Andrian. 2018. *Determinants Of Halal Cosmetics Purchase Intention On Indonesian Female Muslim Customer*. **Journal Of Entrepreneurship, Business and Economics Vol. 6 No. 1 2018**.
- Indarti. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetik dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Wajah. **Jurnal WACANA Vol. 13 No. 4 Oktober 2010**
- Jamaludin, Achmad., Zainul Arifin, Kadarismasn Hidayat. 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. **Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 21 No. 1 April 2015**
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. Edisi 13 Jilid 2. Erlangga. Jakarta
- Marchall, Maikell., Lisbeth Mananeke, Ferdy Roring. 2015. Pengaruh *Brand Equity, Store Atmosphere* dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Fashionable* pada *3 second Manado Town Square*. **Jurnal EMBA Vol. 3 No. 1 Maret 2015**
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. 2019. Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal. **Jurnal Bussiness Management Analysis Vol. 2 No. 1 April 2019**
- Rahmadi, Heksawan., Deni Malik. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce*. **Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani Vol. 3 No. 1 Maret 2016**
- Rommy, Nusrai Bnu Hajar Hatuti Moh. Amin Sinarwaty Nursaban., Abdul Razak Yusuf Nofal Nur. *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. **IOSR Journal Of Business and Management Vol. 20 No. 8 Agustus 2018**
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan., Arief Bowo Prayoga K. 2015. Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. **Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 1 No. 3 November 2015**
- Sangadji., Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta
- Sari, Fenti Mayang., Andi Makhrian, Khairil Buldani. 2018. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Poduk Kosmetik Wardah. **Jurnal Professional GIS UNIVED Vol. 5 No 1 Juni 2018**

- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. **Jurnal Ekonometrika dan Manajemen Vol. 5 No. 2 Oktober 2016**
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. ALFABETA. Bandung
- Suhir, Moch., Imam Suyadi, Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. **Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No. 1 Februari 2014**
- Sujarweni, V.Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan. Andi. Yogyakarta
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Andi. Yogyakarta
- Tarigan, Eka Dewi Setia. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. **Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1 November 2016**
- Usvita, Mega. 2013. Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cream Wajah Pond's. **Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol. 1 No. 1 Januari 2013**
- Widiastuti, Karolina., Sunarti. 2017. Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas, Harga Dan Nilai Konsumen Wanita Muslim Terhadap Citra Merek Kosmetik Berlabel Halal. **Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No. 1 Oktober 2017**
- Zulfa, Latifah., Retno Hidayat. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Shopee di kota Semarang. **Diponegoro Journal of Management Vol. 7 No. 3 2018**

<https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi> [www.m.antaranews.com](http://www.m.antaranews.com) [Accessed 23 Oktober 2019]

<https://swa.co.id/swa/trends/economic-issues/kemenperin-genjot-kosmetik-dan-obat-tradisional-jadi-andalan-ekspor> [Accessed 23 Oktober 2019]

<https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180329232035-277-287005/mengenal-ketentuan-kosmetik-berlabel-halal-dari-lppom-mui> [Accessed 25 Oktober 2019]

<https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam>  
[Accessed 25 Oktober 2019]

<https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/987632/bpom-sebut-50-persen-izin-edar-adalah-kosmetik> [Accessed 25 Oktober 2019]

<https://m.kumparan.com/amp/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di-indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658> [Accessed 20 November 2019]

<https://m.liputan6.com/bisnis/read/3866592/sector-industri-yang-bakal-tumbuh-tinggi-di-2019> [Accessed 26 November 2019]

<https://www.google.com/amp/s/m.m.antaranews.com/amp/berita/954315/adu-kreatif-industri-kosmetik-nasional-dengan-produk-impor> [Accessed 26 November 2019]

<https://www.halalmuibali.or.id/kosmetika-kepalsuan> [Accessed 31 januari 2020]

