

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, n. (2020, juli 23). *prospek gemilang bisnis e-commerce produk kecantikan*. Diakses dari <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200723/88/1270399/prospek-gemilang-bisnis-e-commerce-produk-kecantikan>
- Adrianto, A. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Ilman (Ilmu Manajemen)*, 9(2), 55-61. Diakses dari <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilmn>
- Ahmad, j. (2020). *religiusitas, refleksi dan subjektivitas keagamaan*. yogyakarta: deepublish.
- Alma, B. (2005). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. bandung: alfabeta.
- Anwar, I., & satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,. *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 4(12).
- Badan Pusat Statistik. (2021, september 3). *jumlah penduduk pertengahan tahun*. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- BPOM RI. (2021, september 10). *jumlah cosmetic yang sudah izin edar*. Diambil kembali dari <https://cekbpom.pom.go.id/>
- Budi, T. P. (2006). *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Jakarta: Guepedia.
- Dermawan, A. A. (2020). *Tesis: Analisis faktor-faktor pengaruh keputusan pembelian kosmetik skin care melalui offline dan online*. sumatra utara: universitas sumatra utara.
- Desy, & Rahmat. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *jurnal ilman*, 5(1).
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, . Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.

- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, I. J. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozi, S., & Sumindyo, A. (2016). *Statistik Deskriptif untuk Ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ginting, N. H. (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Haasiani, N. (2021). *data penjualan kosmetik*. Diakses dari <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Harlan, J. (2018). *Analisis Regresi Linear*. Depok: Gunadarma.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Heryanto, I., & Wibowo, T. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel (Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi /Tesis)*. Bandung: Informatika Bandung.
- Ilham, M., & Firdaus. (2019). *Islamic Branding dan Religiusitas*. Bintan: Stain Sultan Abdurahman Press.
- Indonesia.go.id. (2021, September 3). *Indonesia Berpeluang Memimpin Industri Halal Dunia*. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2794/indonesia-berpeluang-memimpin-industri-halal-dunia>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Janie, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan*. Semarang: Semarang University press.
- JR, H., & F, J. (2010). *Multivariate Analysis*. Seventh Edition.

- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- KBBi Daring. (2021). *Definisi harga*. Diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2017). *Mushaf Al-Hilali (Alqur'an Dan Terjemahannya)*. Banten: Alfatih Berkah Cipta.
- Kementrian Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1615.pdf>
- Komalasari, R., & Indra. (2020). Preferensi Mahasiswa Terhadap Produk Cosmetic dan Personal Care Berlabel Halal. *journal of indonesian islamic economic finance*, 1(1),44-46.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, R. D. (2021, February 23). *Shopee Indonesia: Cara Download, Jualan, Belanja, Hingga Kredit*. Diakses dari Qoala App: <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/>
- Kusnandar, V. B. (2021, September 30). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Kusuma, N., & Silvia, A. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Al-Urban Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi*, 3(1), 81-94. Diakses dari <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/article/download/3643/1118>
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis, Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- LPPOM MUI. (2021, sepetember 10). *Produk Halal Kategori Cosmetic*. Diakses dari <https://www.halalmui.org/mui14/searchproduk/search/detailgroupkategori/?groupcode=30&page=3553>

- Lubis, R. (2017). *Agama Dan Perdamaian Landasan, Tujuan, Dan Realita Kehidupan Beragama Di Indonesia*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Mansyuroh, & Anna, F. (2020). Pengaruh Persepsi dan Religiuitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal Pada Mulim Generasi Z di Banjarmasin. *jurnal studi ekonomi*, 1(1). Diakses dari <https://garuda.ritekbrin.go.id/documents/detail/1702576>
- Mister Exportir. (2021). *Ekspor Produk Kosmetik Indonesia*. Diakses dari <https://misterexportir.com/ekspor-produk-kosmetik-indonesia/>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelia Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen pemasaran (bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nabila, A. S., & Ma'rif, N. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion Merche di Kalangan Followers Instagram Merche.id. *Jurnal Syntax Idea*, 3(9), 2007-2027. Diakses dari <https://www.jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1458/877>
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Priyastama, R. (2017). *Buku sakti Kuasai SPSS Pengolahan data dan Analisis Data*. Bantul: Start Up.
- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). *Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital, Seminar dan Konferensi Nasional* . IDEC.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Agama Sebuah Pengantar*. Bandung: Mizan Group.
- Riduwan. (2018). *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, . Bandung: Alfabeta.
- Rival, Z. V., & dkk. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Rosida, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 129-140.
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Merek Terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *jurnal kajian ekonomi hukum islam*, 7(1).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PustakabaruPress.
- Sumarwan, U., & Dkk. (2013). *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: Ipb Press.
- Sumiati, Rosita, N. H., & Ida, Y. (2016). *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: Ub Press.
- Suryadi, B., & Hidayat, B. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Implemetasi Di Indonesia*. Jakarta: Blibliomia Karya Indonesia.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- T, R. I., & L, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik Edisi 2*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisa Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: Cv Pustaka Bengawan.

- Wahyudin, & Dkk. (2018). Dimensi Religiusitas Dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behaviour. *Jeba Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20(3).
- Walling, E. R. (2010). *Terobosan Manajemen Yang Perlu Anda Ketahui*. Jakarta: Erlangga.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Yudiaatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.