

DAFTAR PUSTAKA

Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vost, L. N. (2014). Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*. 143, 822-826.

Adrian, d. K. (2018, Oktober 11). Bahan Dasar Kosmetik adalah Kimia, Jadi Bisa Berbahaya. Retrieved from <https://www.alodokter.com/Bahan-Kosmetik-adalah-Kimia-Jadi-Bisa-Berbahaya>

AG.Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Barang maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ath-Thawil, A. (2016). *Syubhat Membuat Galau*. Solo: Tinta Medina.

BPOM. (2015). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No 19. Persyaratan Teknis Kosmetika.

Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press.

Chairunnisa, Sp.KK, d. (2019, January 23). *Waspadai Dampak Penggunaan Kosmetik yang tidak Aman*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/19/01/23/plr7zf328-waspadai-dampak-penggunaan-kosmetik-yang-tidak-aman>

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Jakarta: Deep Publish.

Gain, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Vol. 2, No. 2*, 144.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2017). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi Dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Muthia Rizkitri Aulia, 2021
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK HALAL PADA MAHASISWA DI
JAKARTA: Studi Kasus pada Kosmetik Make Over

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Ginting, H. N. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV: Yrama Widya.

Habibah, S. &. (2016, Maret). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura*, 31 - 48.

Handoko, B. S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Herindar, E. A. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah*. In *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah*.

Kanuk, & Schiffman. (2015). *Consumer Behavior*. Jakarta: Global Edition.

Karim, A. A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. In *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga* (p. 144). Jakarta: Grafindo.

Kemenperin. (2020, Agustus 2). *Optimalkan Bahan Domestik, Kemenperin Percantik Kinerja Industri Kosmetik*. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/21913/Optimalkan-Bahan-Domestik,-Kemenperin-Percantik-Kinerja-Industri-Kosmetik>

Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management* (16 ed.). New Jersey: Pearson.

Kotler, P. &. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Limakrisna, N. &. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan aplikasi* (2th ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.

LPPOMUI. (2020). *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI*. *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI*.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Muthia Rizkitri Aulia, 2021

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK HALAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA: Studi Kasus pada Kosmetik Make Over

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Marwan. (2019). Analisis Prakiraan Beban Listrik Rumah Tangga Dengan Menggunakan Metode Regresi. 6(2): 155.

Nurbowo, P. H. (2011, 4). Obat dan Kosmetika Wajib Bersertifikat Halal.

Pasaribu, L. O. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora. Bina Ekonomi.

Peraturan Undang Undang . (2014). *Jamian Produk Halal Nomor 33 Tahun*.

POPBELA. (2017, Juni 30). *Perlukah Membeli Produk Kecantikan dengan Harga Mahal?* Retrieved Januari 10, 2021, from <https://www.popbela.com/beauty/make-up/ajengdwi/benarkah-produk-mahal-lebih-baik-untuk-dibeli/full>

Qardhaw, Y. (2007). *Halal dan Haram dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia.

Rahardjo, I. F. (2013). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1-10.

RI, P. M. (2010, Agustus 10). *Izin Produksi Kosmetika*.

Riyanto, S. &. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&q=ri>

Sangadji, E. .. (2013). Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai. In E. M. Sangadji. Yogyakarta: ANDI.

Sari, O. N. (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Keuntungan, Risiko Dan Modal Minimal Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Skripsi Perbankan Syariah.

Schiffman, L. G. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach (Seventh Ed)*. United Kingdom: John Wiley & Sons.

Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Jakarta.

Setiyaningrum, A. U. (2015). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Yogyakarta: ANDI.

Simamora, B. (2011). Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel. In S. Bilson, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel* (p. 33). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sudjana. (2012). *Metode Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2015). In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 85). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (hal. 38). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeth.

Taylor, T. K. (1995). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. &. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi Ke 3*. Yogyakarta: ANDI.

Wijianty, M. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta*, 68.

World Population Review. (2020, April 8). Indonesia: Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia. *Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia*. Retrieved from <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>

YouGov. (2020, Februari 22). <https://id.yougov.com/id/news/2016/12/02/make-up-culture-id/>.

Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Group.

