

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Aziz Krufah, Ismi. "Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlen Toserba Laris Kartasura)". Skripsi-IAIN, Surakarta.(2017).
- Ernawati, Titi. "Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik". Skripsi-UIN syarif hidayatullah, Jakarta.(2015).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Hukum.unsrat.ac.id,"Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan",jdih.pom.go.id, diakses tanggal 20 oktober 2019.
- Indonesia.co.id "Cara Memperoleh Sertifikasi Halal MUI"(12 Januari 2020).
- Jamil, Akhmad Sobrun., dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana. *Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta : Bening Pustaka, 2019.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*,159.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 150.
- Kemenperin. go. id, " Optimistis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen", [https://Kemenperin. Go. Id/ artikel/20557](https://Kemenperin.Go.Id/artikel/20557), diakses tanggal 20 Oktober 2019.
- Kementerian perencanaan pembangunan nasional (Bappenas), "Jumlah Penduduk Indonesia 2019 Mencapai 267 Juta Jiwa", <https://databoks.katadata.co.id>, diakses tanggal 20 oktober 2019.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: 2003.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indonesia Kelompok Gramedia, 2002.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- Kotler,Philip, dan keller, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1, edisi 12. Jakarta: PT. indeks kelompok gramedia, 2007.

Kumparan STYLE,"Daftar Kosmetik Halal di Indonesia Telah Disertifikasi MUI",m. kumparan.com, diakses tanggal 16 oktober 2019.

Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.

Nugroho, Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencan, 2003.

Rahman, Rahmawati. " Pengaruh Labelitas Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty di Kec Tamatale Kota Makassar".Skripsi-UIN Alaunddin, Makassar. (2015).

Freddy, Rangkuti. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Rochaety, Ety. dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis : dengan Aplikasi SPSS Edisi 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2012.

Siregar, Yusnita. Dkk. "Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padang Sidempuan". Skripsi-IAIN,Padang sidempuan.

Suriati Rahmi, Siti." Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah".Skripsi-Universitas Sumatra Utara. (2015).

Topbrand award.com/ top brand index, diakses tanggal 24 Desember 2019.

Viva budy kunsandar,"Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim terbesar di Dunia", databoks.katadata.co.id diakses tanggal 21 Oktober 2019.

Wilfridus Setu Embu, "pertumbuhan Industry Kosmetik", m.merdeka.com/amp/uang/pertumbuhan-industri-kosmetik-2019.html, diakses tanggal 21 oktober 2019.