

## DAFTAR PUSTAKA

- “10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon | Databoks.”  
Diakses 3 September 2023.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>.
- Aisyah, Muniaty. “Consumer Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products in Indonesia.” *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 9, no. 1 (13 Desember 2016). <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.1867>.
- Al Qur'an*. Bandung: PT. Sygma Exa Grafika, t.t.
- Alfian, Ian, dan Muslim Marpaung. “ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, BRAND DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MEDAN.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (1 Juli 2017): 118–41. <https://doi.org/10.30821/ajei.v2i1.777>.
- Aliyati Albushairi, Siti, Nuril Huda, dan Ahmad Rifani. *PERILAKU KONSUMEN (Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran)*. Pertama. Depok: Perpustakaan Nasional, 2018.
- Amalia, Euis, Indra Rahmatillah, dan Bukhari Muslim. *PENGUATAN UKM HALAL DI INDONESIA (Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah)*. Pertama. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2023.
- Andrian, Christophorus Indra, Jumawan, dan Fadhli Nursal. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ke-1 1. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022.
- Briliana, Vita, dan Nurwanti Mursito. “Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths’ Attitude towards Halal Cosmetic Products: A Case Study in Jakarta.” *Asia Pacific Management Review* 22, no. 4 (Desember 2017): 176–84. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.012>.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin, dan Muhammad Rizal. “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 (24 Juli 2018): 729–39. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>.
- Chandra, Stefani, dan Layla Hafni. “SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS.” *SERVICE QUALITY*, t.t.
- Daga, Rosnaini. *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan I. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute, 2017.

- Database Peraturan | JDIIH BPK. “UU No. 8 Tahun 1999.” Diakses 6 September 2023. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>.
- El-Farobie, Fawwaz, dan Bagus Setiawan. “PENGARUH LABELISASI HALAL PRODUK SKINCARE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI ( STUDI KASUS DI KLINIK ELSHA KOTA PALEMBANG )” 1, no. 2 (2021).
- Ernawati, Diah. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG.” *JWM (JURNAL WAWASAN MANAJEMEN)* 7, no. 1 (25 Februari 2019): 17–32. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.75>.
- Fauziah, Koeswinarno, Siti Atieqoh, Zaenal Abidin, Fakhruddin M, Umul Hidayati, Agus Mulyono, Achmad Rosidi, dan R. Adang Nofandi. *SURVEI SADAR HALAL (Generasi Muslim Milenial)*. Vol. 114. Pertama. Jakarta: Litbangdiklat Press, 2021.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, dan Jumari Ustiaty. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pertama. Pustaka Ilmu Yogyakarta, 2020.
- Hermawan Adinugraha, Hendri, Rizky Andrian, Wahyudin Ali Ikhrom, Restu Aurora Gita Setyani, Hidayatul Sibyani, dan Fitri Mukarromah. *PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA*. Pertama. Pekalongan: SCIENTIST PUBLISHING, t.t.
- Indonesia, Data. “Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 2022.” [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id). Diakses 5 September 2023. <https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.
- “Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024 | Databoks.” Diakses 20 Mei 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>.
- “Insight and Customer Perspective of Halal Industry in Indonesia | Populix,” 18 April 2023. <https://info.populix.co/articles/report/halal-industry/>.
- Irsyad, Bintang Muhammad, dan Rivera Pantro Sukma. “Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek” 7, no. 2 (2023).
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, dan Kurniawan Prambudi Utomo. *Perilaku Konsumen*. Pertama. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Izzah Nur Masyithoh dan Ivo Novitaningtyas. “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA

- MARKETPLACE TOKOPEDIA.” *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 7, no. 1 (31 Oktober 2021). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>.
- Kalbarini, Rahmah Yulisa. “Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak.” *Halal Research Journal* 2, no. 1 (2 Maret 2022): 26–35. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.226>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur’an Tajwid dan Terjemah*. Bandung: Sygma Exagrafika, t.t.
- Korowa, Enos, Sontje Sumayku, dan Sandra Asaloei. “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 06 No.3 (2018).
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. I. Penerbit Mitra Abisatya, 2020.
- Machali, Imam. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. 3 ed. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Majid, Abdul. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan).” *Journal of Economics, Management, and Business Research* 2, no. 1 (2021): 214–26.
- “Manfaat Banyak Followers Instagram untuk Perkembangan Bisnis - RajaKomen.com.” Diakses 1 Maret 2024. <https://rajakomen.com/blog/manfaat-banyak-followers-instagram-untuk-perkembangan-bisnis-0235971572.php>.
- Maryati, dan Muhammad Khoiri. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 01 (Juli 2022): 542–50.
- “MEMAHAMI KOEFISIEN DETERMINASI DALAM REGRESI LINEAR.” Diakses 27 Maret 2024. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>.
- “MEMAHAMI R SQUARE (KOEFISIEN DETERMINASI) DALAM PENELITIAN ILMIAH.” Diakses 27 Maret 2024. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>.
- “MEMAHAMI UJI F (UJI SIMULTAN) DALAM REGRESI LINEAR.” Diakses 27 Maret 2024. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>.

- Nugraha, Jefri Putri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, dan Gazi Saloom. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Nurlaela, . A. Muh. Arfah Pettenreng, dan Abd. Haris Hamid. *PRODUK HALAL: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M Budhiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya, 2017.
- PARAGONCROP. "About Paragon." About Paragon. Diakses 3 September 2023. <https://www.paragon-innovation.com/about-us>.
- Paramita, Ayu, Hapzi Ali, dan Fransiskus Dwikoco. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (20 Agustus 2022): 660–69. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>.
- Pasaribu, Benny S., Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, dan Rizqon Halal Syah Aji. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. 1. Tangerang, Banten: MEDIA EDU PUSTAKA, 2022.
- Pebrianti, Wenny, Arweni Arweni, dan Muhammad Awal. "Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial." *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL* 11, no. 1 (25 Juni 2020): 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>.
- Pratiko, Heri, Ahmad Taufiq, Adam Voak, Nurdeng Deuraseh, Hadi Nur, Winai Dahlan, Idris, dan Agus Purnomo. *Halal Development: Trends, Opportunities, and Challenges*. London, New York: Taylor & Francis, 2020.
- Pratiko, Heri, Ahmad Taufiq, Adam Voak, Nurdeng Deuraseh, Hadi Nur, Winai Dahlan, Idris, dan Agus Purnomo. *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges: Proceedings of the 1st International Conference on Halal Development (ICHaD 2020), Malang, Indonesia, October 8, 2020*. 1 ed. London: Routledge, 2021. <https://doi.org/10.1201/9781003189282>.
- Pratiwi, Afrida, Dedi Junaedi, dan Agung Prasetyo. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 1, no. 2 (13 Agustus 2020): 150–60. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.473>.
- Rahayu Tanama Putri, Budi. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, t.t.

- Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah P.S, Farah Diba, Ilham Akbar, dan Robi Awalludin. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Pertama. Cirebon: Insania, 2021.
- Saputra, Randi, dan Okta Karneli. "PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MEREK HONDA (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung)" 5, no. 1 (2018).
- Sari, Saidah Putri. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (25 Maret 2020): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- . "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (25 Maret 2020): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Selvia, Mega. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 4 (12 Oktober 2022): 320–30. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>.
- Sprout Social. "50+ Must-Know Social Media Marketing Statistics for 2024." Diakses 20 Mei 2024. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics/>.
- Sriana, Melsa, dan Ainal Hadi. "TINJAUAN KRIMINOLOGIS TERHADAP TINDAK PIDANA MENGEDARKAN KOSMETIK YANG TIDAK MEMILIKI IZIN EDAR," 2018.
- Stansyah, Maulana Rifky, Rahma Choirunnisa, Muhammad Tegar, dan Saint Seiya Ardhana Putri. "ANALISIS PENGARUH MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI APLIKASI GO FOOD." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 11, no. 1 (30 April 2023): 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>.
- suara.com. "Rahasia Banyak Brand Lokal di Indonesia Makin Berkembang: Bangun Ekosistem!" Diakses 14 Oktober 2023. <https://www.suara.com/lifestyle/2023/03/07/070500/rahasia-banyak-brand-lokal-di-indonesia-makin-berkembang-bangun-ekosistem>.
- Subagiyo, Rokhmat. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Alim's Publishing, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Syahputra, Ady, dan Haroni Doli Hamoraon. "PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KECAMATAN PERBAUNGAN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN," t.t.
- Wahyurini, Sonia Cipta, dan Nurvita Trianasari. "ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH." *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 1 (31 Januari 2020): 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.
- Wijayanti Daniar Paramita, Ratna, Noviansyah Rizal, dan Riza Bahtiar Sulistyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 3. Lumajang: Press Widya Gama, 2021.
- Yanti, Novrita Dewi, dan Darwanto Darwanto. "ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL DAN DIGITAL SELLING TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK HALAL." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 01 (16 Maret 2021): 1–22. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i01.1144>.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, t.t.