

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, Naomy. “Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat.” *GoodStats*. Last modified 2022. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>.
- Apriliani, Rini. “10 Brand Kecantikan Terlaris Jelang Lebaran 2024, Produk Lokal Banyak Jadi Favorit!” *Beautynesia*. Last modified 2024. <https://www.beautynesia.id/beauty/10-brand-kecantikan-terlaris-jelang-lebaran-2024-produk-lokal-banyak-jadi-favorit/b-288464>.
- Danuri, dan Siti Maisaroh. *Metodologi penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2019.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. “No Title.” Last modified 2024. <https://febi.uinsatu.ac.id/>.
- Fauziah, Ninda, dan Dadan Abdul Aziz Mubarak. *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi pada Produk Kecantikan*. *Journal IMAGE*. Vol. 8, 2019.
- Ferdinand, Augusty. “Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi.” *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* 3 (2002): 243–266.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Pasuruan: Qiara Media, 2023.
- Hanafia, Fifi. “Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik RK.” *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 2, no. 2 (2022): 192–201.
- Handayani, Rini, dan Dwi Anna Prisilawati. “Minat Beli Produk

Sambal ‘Mak’e’ Melalui Labelisasi Halal, Brand Image dan Celebrity Endorsement.” *Jurnal Riset Entrepreneurship* 6, no. 2 (2023): 94–108.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, dan Nur Hikmatul Auliya. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.

Hasan, KN Sofyan. “Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan.” *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227–238.

Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2020.

Ismaulina, dan Maisyarah. *Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe)*. *Manajerial*. Vol. 12, 2020. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. “No.” <https://kbbi.web.id/minat>.

Keller, K. L., dan V. Swaminathan. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New York: Pearson, 2020.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. “Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy.” Last modified 2024.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>.

Kementerian Perindustrian. “Kemenperin Pacu IKM Kosmetik Maksimalkan Pasar yang Ekspansif.” Last modified 2024. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-pacu-km-kosmetik-maksimalkan-pasar-yang-ekspansif>.

Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2018.

Kotler, Philip, dan K. L. Keller. *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. New York: Pearson, 2016.

———. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2000.

———. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kusumadewi, dan Kusumawati. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.

Majelis Ulama Indonesia. “Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya.” Last modified 2013. <https://halalmui.org/wp-content/uploads/2022/09/Fatwa-MUI-No.26-tahun-2013-Standar-Kehalalan-Produk-Kosmetika-dan-Penggunannya-1.pdf>.

Mariam, Aam, dan Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–2633.

Marinus, Angipora. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo

Persada, 2002.

Montana, Khusy, dan Devi Kurniawati. “Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Price terhadap Buying Decision Produk Skincare Impor Melalui Brand Trust pada Generasi Z Kota Pekanbaru.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 18, no. 1 (Januari 5, 2024): 110.

Murti, Tri Kresna. “Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.” *Edunomic: Jurnal Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2019): 102–107.

Nugraha, Ranu, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal. “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 50, no. 5 (2017): 113–120.

NurHayati, Siti. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta.” *JBMA* 4, no. 2 (2017): 60–69.

Oh My Glam. “No Title.” Last modified 2024. <https://www.itsomgbeauty.com/>.

Peraturan Perundang-undangan. “Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.” Last modified 1999. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/54404>.

Putri, Widya Nirmala, dan Muhammad Sholahuddin. “Pengaruh Labelitas Halal, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Skincare Wardah dengan Brand Image sebagai Variable Intervening.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 7, no. 1 (2024):

140–154.

- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rosita, Nita, dan Tahmat. “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Tong Tji Tematik di Supermarket Borma Dago dan Borma Cikutra.” *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, AKuntansi dan Teknik (SoBAT)* 3 (2021): 61–73.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Shofie, Yusuf. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Medan: Kencana, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Sukardi, M. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2021.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Ujiyanto, dan Abdurachman. “Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur).” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 6, no. 1 (2004): 34–53. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15648>.
- Umar, Ahmad Ulil Albab Al, Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa, Dessy Fitria, Alfia Miftakhul Jannah, dan Yusvita Nena Arinta. “Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3, no. 1 (Januari 2021): 641–647.