

DAFTAR PUSTAKA

- A, Amalia Ghaizani, dkk., “ Pengaruh *Country of Origin* terhadap *Brand Image* dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 58, no. 2 (2018).
- Al-Qur'an. *Asy-Syifa Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.
- Alim, Shilachul, dkk., “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 62, no. 1 (2018).
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Anggraeni, Rima Dwi, dkk., “Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli *Make Up Brand* Lokal (Survey pada Peminat Kosmetik LT Pro yang dipengaruhi oleh Video *Vlog Ini Vindy* di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 60, no. 1 (2018).
- Berlianto, Margaretha Pink. “Pengaruh *Country of Origin* dan *Brand Image* terhadap *Brand Equity* dan Niat Pembelian pada Produk Kosmetik”. *Journal Of Business & Applied Management* 12, no. 1 (2019).
- Briliani, Rizka Asri, dkk., “Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita di Kalangan Mahasiswi Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama”. *Jurnal Gaussian* 5, no. 3 (2016).
- Bulan, Tengku Putri Lindung dan Muhammad Rizal. “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5, no. 1 (2016).
- Caesar, M. Rizky Al dan I Made Sukresna. “Studi Perilaku Mahasiswa dalam Pola Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Bimbingan Belajar (Studi pada Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa Buka Buku dengan Pendekatan Studi Kasus)”. *Journal of Management* 6, No. 4 (2017).
- Chaerunnisa. “10 Merek Kosmetik paling Laris di Dunia, Wajib dimiliki Milenial” Juni 12, 2019.

- D, Handi Irawan. "Metodologi Survei TOP Brand Award". TOP BRAND AWARD.
- Desiana, Rina dan Noni Afrianty. "Landasan Etika dalam Ekonomi Islam". *Al-Intaj* 3, no. 1 (2017).
- Elianti, Lita Donna. "Makna Penggunaan *Make Up* sebagai Identitas Diri (Studi Universitas Negeri Yogyakarta)." Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Endah, Nur Hadiati. "Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 22, no. 1 (2014).
- "Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus". Universitas Muria Kudus. diakses pada 29 Agustus, 2021.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024". (2018).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis (Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Maharani, Dewi dan Taufiq Hidayat. "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020).
- Meitiana. "Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur *Theory of Planned Behavior*". *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no. 1 (2017).
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Pangaribuan, Lina. "Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan". *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera* 15, no. 2 (2017).
- Prisesta, Nehemia Okta. "Pengaruh *Country of Origin*, Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung" (skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, 2018).

- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: WADE Group, 2016.
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal”. *Business Management Analysis Journal* 2, no. 1 (2019).
- Rahmani, Putri Indar. “Pengaruh Perilaku Konsumtif dan *Country of Origin* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”. *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2019).
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sawitri, Irma Ayu. “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahsiswi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Al-Qur'an Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan, 1998.
- Silvia, Cindy dan Nur Atnan. “Pengaruh *Testimonial Review Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung (Studi pada Produk Freeman dalam Video Suhay Salim)”. *e-Proceeding of Management* 6, no. 1 (2019).
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria dan Andriani Kusumawati. “Pengaruh Youtube *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 63, no. 1 (2018).
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumanto. *Teori dan Aplikasi Penelitian*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.