

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Adi Satria (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *JurnalManajemen Vol.2 No.1*
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: RinekaCipta .
- Aziz, Yuhanis Abdul and Nyen Vui Chok. (2012). *The Role Of Halal Awareness, Halal Certificaton And Marketing Components In Determining Halal Purchase*
- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari [http:// www.bps.go.id/](http://www.bps.go.id/), diakses pada tanggal 2 februari (2020) pada jam 20:20 WIB Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten
- Bizteka (2016). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia* Dikases Pada Januari (2018) pukul 11:00 WIB dari
- Dewa, Ndaru Kusuma. (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli* (Studi Kasus Star One di Area
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 20*.

<https://ccindonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetikdiindonesia-2010-2015/>

[https://m.gomuslim.co.id/read/news/2018/04/02/7522/-p-ini-indikator-yang-harus diperhatikan-dari-produk-kosmetik-halal-p-.html](https://m.gomuslim.co.id/read/news/2018/04/02/7522/-p-ini-indikator-yang-harus-diperhatikan-dari-produk-kosmetik-halal-p-.html) diakses pada tanggal 2 April (2018).

[https://m.liputan6.com/news/read/3649700/bpom-grebek-4gudang-jamu-dan-obat tradisional-ilegal-di-jakarta](https://m.liputan6.com/news/read/3649700/bpom-grebek-4gudang-jamu-dan-obat-tradisional-ilegal-di-jakarta) diakses pada tanggal 22 September (2018) pukul 09:32 WIB <http://www.topbrand-award.com> top brand index pase 1 2017 Jakarta Pusat). Thesis. Semarang: Universitas Diponegoro

Konsumen Isuzu Elf. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* , 3-12.

Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam. *SHUF*, vol. 26, No. 1, Mei 2014: 57-66.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2019), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2019). *Marketing Management. Edisi 14*. Global Edition: Pearson Edition.

Kristiana, & Wahyudin. (2018). Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Beli

Muslimawati, Nicha (2017) 24 September. *Industri Kosmetik Di Indonesia Semakin Cantik*. Kumparan [online]

Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal Islamic And Middle Eastern Finance And Management*, 2(1), 66-76

Nurul, H., dan Muchlisin. (2014). Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap

Parmin, (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Citra Merek *Perilaku Konsumtif*. Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.

Priyatno, D. (2012). *Belajar Cepa tOlah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Samuel, & Lianto. (2014). Pengaruh e-WOM melalui media sosial internet terhadap brand image, brand trust dan minat beli. *Jurnal Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1: 1-10

Segati, Ahda (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEIB (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*.