

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemahan. (2005). Departemen Agama RI. Jakarta: Al-Huda.
- Abdillah, W., Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)–Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Adiba, E.M. (2019). Consumer Purchasing Behavior of Halal Cosmetics: A Study on Generations X and Y. *Journal of islamic monetary economic and finance*, 5(1), 169-192.
- Ahmad, A.N., Rahman, A. (2015). Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior Towards Halal Food and Cosmetics Products. *International journal of social and humanity*, 5(1), 10-14.
- Aisyah, M. (2015). Peer Group Effect on Mosem Consumers's Decision to Purchase Halal-Labeled Cosmetics. *Al-iqtishad: journal of Islamic economi*, 7(2), 165-180.
- Aisyah, M. (2017). Consumers Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products In Indonesian. *Al-ightishad, jurnal ilmu ekonomi syariah (journal of islamic economics*, 9(1), 125-142.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi ed.).Bandung: Alfabeta.
- Astogini, D, Wahyudin, & Wulandari, S, Z. (2011). Aspek Religiusitas Dalam keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal JEBA*, 13(1), 1-8.
- Aziz, Y, A., Hussin, S, R. (2018). The Effect Socio-Demographic Variables and Travel Characteristics On Motivation Of Muslim Family Tourist in Malaysia. *Journal of Islamic marketing*.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Kota Padang Dalam Angka 2018. Kota Padang. BPS Kota Padang
- BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), *Kepala BPJPH Sosialisasikan UU JPH pada Pelaku Usaha*. www.kemenag.go.id

- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Devi, A., Firmansyah, I. (2019). Developing Halal Travel and Halal Tourism to Promote Economic Growth: A Confirmatory Analysis. *Journal of Islamic monetary and finance*, 5(1), 193-214.
- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal ekonomi dan pembangunan*, 22(1), 11-25.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Asheboro: Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I., Latan, H. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 1(1), 31-48.
- Haro, A. (2018). Determinants of Halal Cosmetics Purchase Intention on Indonesian Female Muslim Customer. *Journal of entrepreneurship and economics*, 6(1), 78-91.
- Hong, M., Sun, S., Zhou, Z. (2018). Determinants of Halal Purchasing Behaviour: Evidences from China. *Journal of Islamic marketing*.
- Huda, N., Hulmansyah. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim. *Jurnal ekonomi dan keuangan*, 2(2), 247-270.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keptsan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bkittinggi T.A 2016/2017. *Journal of Economic Studies*, 1(1), 34-47.
- Kamarni, Neng. (2014). Analisis Persepsi Labelisasi Halal Dalam Penggunaan Produk di Kota Padang. *Jurnal ilmiah ekonomi dan pembangunan*, 3(1).
- Kothler, & Amstrong. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran, jilid 1 (Edisi Kesembilan ed.)*. Jakarta: PT. Indeks.

- Larasati, A. (2018). Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Sikap dan Intense Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 8(2), 105-114.
- Mandala, I, G, N, N., Wiagustini, L, P. (2017). Pengaruh Variabel Sosial Ekonomi, Demografi dan IPK Terhadap Financial Literacy. *E-jural ekonomi dan bisnis universitas udayana*. 6(12), 4225-4254.
- Mankiw, G. (2002). *Priciple Macroeconomics: Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Mankiw, G. (2017). *Priciples Of Economics: Pengantar Ekonomi Mikro*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, E.M. et al. (2007). *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, A. P. (2015). Pengaruh Religiusitas dan Afeksi Diri Terhadap Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah. Disertasi.
- P3E1. (2011). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajawali Persada.
- Perdana, F.F.P., Jazwir, I. (2019). The Role of Halal Certification on Purchase Intention Towards Food Products From Mena Countries: A Sem Study. *Journal of islamic monetary economics and finance*, 5(1), 63-88.
- Pratama dan Madela. (2004). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro ekonomi dan Makro ekonomi)*. Edisi Revisi. PT. Erlangga. Jakarta
- Rahman, A.A., Asrarhaghghi, E. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude, and Intention. *Journal of islamic marketing*, 6(1), 148-163.
- Rosida, R. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal (Survey Pada Muslimah di Jawa Barat). *Jurnal ekonomi dan bisnis Islam*, 4(2), 129-140.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rustam, Effendi. (2003). *Produksi Dalam Islam*. Yogyakarta: Megustra Insania Press.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Septiani, S. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 9(1), 59-73.
- Sipayung, E, R., Cahyono, N. (2015). Analisis Pengaruh Aspek Demografi, Status Sosial Ekonomi dan Pengalaman Kerja Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dengan Love Of Money Sebagai Variabel Interventing. *Diponegoro journal of accounting*, 4(2), 1-15.
- Sudarsono. (2002). *Teori Ekonomika Mikro*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiarto, dkk. (2005). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar Ed.3*. PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suparmoko, M. (1998). *Pengantar Ekonomika Mikro*. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI
- Tukiran & Effendi, S. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- Wandasari, N. D. (2013). Perlakuan Akuntansi Atas PPH Pasal 21 Pada PT. Artha Prima Finance Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1-9.
- Wibowo, S., Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wijayanto. (2016). Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motivasi Bekerja bagi Remaja Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Al- Tijarah*, 2(2), 190-210.
- Yanti, I. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Psikologis Dan Religiusitas Perilaku Muslimah Kota Medan Terhadap Konsumsi Kosmetik Halal dan Baik. *Jurnal At-Tawassuth*, 3(2), 293-313.

Yoga, I. (2018). Halal Emotional Attachment on Repurchase Intention. *Shirkah, journal of economics and business*, 3(1), 95-125.

Sumber Internet:

CIA (2018) THE WORLD FACTBOOK: muslim population. Diambil dari:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/401.html> .
diakses tanggal 1 mei 2019

Consumer Business Media. Indonesia pasar potensial bagi industri kosmetik.
[Internet]. [diakses 9 Februari 2019]. Diakses dari:
<http://indonesianconsume.blogspot.co.id/indonesia-pasar-potensial-bagi-industri.html>

<https://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-bersertifikat-halal-mui-per-2018/>.diakses
tanggal 9 Februari 2019

<https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Mengenal-Wardah-dan-Produk-Kosmetik-Terbaiknya-6044/> . diakses tanggal 9 Februari 2019

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/19/01/08/pl0tdr349-wardah-tumbuh-30-persen-pada-2018> . diakses tanggal 9 Februari 2019

Satyahadi, Alfred.,(2013),<http://www.indonesiaprintmedia.com/pendapat/225-pentingnya-penggunaan-label-pada-kemasan.html> , diakses 9 Februari 2019

<https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>, diakses tanggal 8 Oktober 2019

<https://www.wardahbeauty.com/list-product>, diakses tanggal 8 Oktober 2019

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Umur>, diakses tanggal 12 Oktober 2019