

DAFTAR LITERATUR

- Adinugraha. Hendri Hermawan, Isthika, Wikan, Sartika. Mila. (2017). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai*, Vol 1 (3), October 2017, 1-16
- Ancok dan Suroso (2011) Psikologi Islami. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. Natorp Blvd, Mason: South-Western College Publishing
- Bashiruddin J (2009). Program Konservasi Pendengaran pada Pekerja yang Terpajan Bising Industri. Jakarta : *Majalah Kedokteran Indonesia*, Volum : 59, Nomor 1
- Che Ahmat, N., Mohd Radzi, S., Zahari, M.S.M., Muhammad, R., Abdul Aziz, A. and Ahmad, N. A. (2011). The Effect Of Factors Influencing The Perception 85 Of Price Fairness Towards Customer Response Behaviors. *Journal of Global Management*, Vol. 2 No. 1, pp. 22.
- Fitriani. (2021). Pengaruh Adverting, Brand awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Make Over (Studi pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1 (3), 561-573.
- Ghufron, M. N. 2012. Psikologi Epistemologis: Kepercayaan tentang Hakekat Pengetahuan dan bagaimana Mengetahui Perspektif Psikologi. Yogyakarta: Penerbit Idea Press.
- Hamdan, H., Issa, Z. M., Abu, N. and Jusoff, K. (2013). Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 19 No. 1, pp. 54-61.
- Jalaludin (2008). Psikologi Agama. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Dua. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Dua. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Kevin Lane, Keller. 2007. Manajemen Pemasaran: Edisi Kedua Belas Jilid 2. Diterjemahkan Oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. INDEKS.
- Notoatmodjo, S. 2005. Promosi kesehatan teori dan Aplikasi. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Notoatmodjo, S. 2007. Pendidikan dan Perilaku kesehatan. Cetakan 2. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Oentoro Deliyanti. (2012). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kesembilan, Jilid 1 Dan Jilid 2. Jakarta, Prehalindo, Penerbit Laksbang Pressindo, Yogyakarta.

Ramly, Z., Chai, L. T., & Lung, C. K. (2008). Religiosity as a Predictor of Consumer Ethical Behaviour: Some Evidence from Young Consumers from Malaysia. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 3(4), 43–56.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Suwarto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1, 508.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang:Bayu Media.

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wijaya, Tony. 2014. Nilai dan Pengetahuan Sebagai Prediktor Intensi Beli Makanan Organik. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(1): 69–82.

Internet

<http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-bersertifikat-halal-mui-per-2018/>).

Diakses pada 12 januari 2022

<https://www.paragon-innovation.com/about-paragon> diakses pada 12 januari 2022

<http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/> diakses pada 12 januari 2022

<http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/> diakses pada 12 januari 2022

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1 diakses pada 12 januari 2022