

DAFTAR PUSTAKA

- Ambali, A. R., dan Bakar, A. N. 2014. People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policymakers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 3-25
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. 2020. Data Produk Kecantikan Terlaris di E-Commerce. <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>, diakses 29 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. 2020. Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2021/05/11/194/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kota-semarang-2020.html>, diakses 27 Oktober 2022.
- _____. 2022. PDRB Per Kapita (Juta Rupiah), 2020-2022. <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/52/76/1/pdrbperkapita.html>, diakses 20 Mei 2023.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. 2 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2009. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriana, Tanti, Praptini Yulianti, Masmira Kurniawati, Nidya Ayu Arina, Ratri Amelia Aisyah, Made Gitanadya Ayu Aryani, and Raras Kirana Wandira. 2020. "Purchase Behavior of Millennial Female Generation on Halal Cosmetic Products." *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 12, No. 7, pp. 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.
- Jaiyeoba, Haruna Babatunde, Moha Asri Abdullah, and Abdul Razak Dzuljastri. 2020. "Halal Certification Mark, Brand Quality, and Awareness: Do They Influence Buying Decisions of Nigerian Consumers?" *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11, No. 6, pp. 1657–70. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0155>.
- Jannah, S. M., dan Al-Banna, H. 2021. "Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers and Entrepreneur's Perspectives". *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285-316.
- Kementerian Agama. 2022. Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022. Bagaimana Label Sebelumnya?. <https://www.kemenag.go.id/pers-rilis/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya-amw1aa>, diakses 21 Mei 2023.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta : PT Indeks.
- Kuncoro, M. 2018. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kusuma, Tubagus Mahendra, and I Ketut Putu Suniantara. 2022. "Pengaruh Pendapatan, Social Influence, Dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce." *Jurnal Perspektif*, Vol. 20, No. 1, pp. 31–35. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.11767>.
- Lackermair, G., dkk. 2013. Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Jurnal Economics and Business*, 1(1), 1-5.
- Larasati, Ajeng, Sri Rahayu Hijrah Hati, and Anya Safira. 2018. "Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Sikap Dan Intensi Konsumen Muslim Untuk Membeli Produk Kosmetik Halal." *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 8, No. 2, pp. 105–14. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i2.7459>.
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. 2019. "Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla." *Jurnal Mirai Managemnt*, Vol. 4, No. 2, pp. 122–36. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>.
- M.A. Mannan. 1993. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*. Terjemahan M. Nastangin. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Mankiw, N. Gregory. 2018. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Tujuh. Terjemahan Chriswan Sungkono. Jakarta : Salemba Empat.
- Meyers, L. S., Gamst, G. C., and Guarino, A.. J. 2013. *Performing Data Analysis Using IBM SPSS*. Canada: John Wiley and Son Inc.
- Pemerintah Kota Semarang. 2021. Semarang Smart City. <https://smartcity.semarangkota.go.id/>, diakses 20 Mei 2023.
- Pramesti, Shinta Ayu, and Nandang Ihwanudin. 2021. "Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah." *Moderation: Journal of Islamic Studies Review*, Vol. 1, No. 2, pp. 13–28.
- R. Indraswari, L. Kartika, S. Septiani. 2016. "Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor." *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol. 9, No. 1, pp. 59–73. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>.
- Rifa, No, Sylvia Rozza, Rifa Amalia, Jurnal Akuntansi, and Keuangan Perbankan. 2022. "Analisis Pengaruh Halal Awareness , Religiusitas , Gaya Hidup , dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi Pada Generasi Z Di DKI Jakarta)." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Perbankan*, Vol. 9, No. 2, pp. 1680–90.

- Rizky, dan Rosalina Noor. 2020. "Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor Pada Konsumen Pengguna E-Commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Brawijaya)." *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Said, M., Hassan, F., Musa, R., dan Rahman, A. N. 2014. "Assesing Consumers Perception, Knowledge, and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products". *Procedia Social and Behavioral Science*, 130, 120-128.
- Sangaji, E. Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Septiani, Stevia, dan Retno Indraswari. 2018. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal Di Kota Bogor Factors Affecting Consumer Behaviour on Halal Cosmetic Product in Bogor." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, Vol. 9, No. 1, pp. 59–73.
- Shaari, J.A.N., and Mohd Arifin, N. S. 2010. Dimension of halal purchase intention: Apreliminary study", *International Review of Business Research Papers*, Vol. 6, No, pp. 444–456.
- Suci Wahyuni, Reni, Henny Welsa, dan Muinah Fadhilah. 2022. "Peran Interest to Buy Sebagai Variabel Mediasi Pada Brand Ambassador Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Pada E-Commerce Shopee." *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 21, No. 1, pp. 99–112. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i1.107>.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., dan Utami, L. R. 2019. *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: STARTUP.
- Wikipedia. 2023. Kota Semarang. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Semarang, diakses 12 Maret 2023.