

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). *Consumers and Halal cosmetic products: Pengetahuan, religiosity, attitude and intention*. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behaviour*. England: Open University Press.
- Akhmad, Chairul.(2016). *Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Masih Stagnan*. [Online]. Available at : <http://www.varia.id/2015/05/21/sertifikasi-halal-produk-kosmetik-masih-stagnan/#ixzz4RutMu0sp> [diakses pada tanggal 30 November 2016]
- Andryani, D., & Kurniawati. (2015). *Pengaruh Attitude , Subjective Norm , Perceived Behavioral Control Pelanggan Non-Muslim Terhadap Intention to Purchase*, 674–681. Seminar Nasional Cendekiawan 2015
- Anggelina, J., & Japarianto, E. (2014). *Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control terhadap Purchase Intention Pelanggan Sogo Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–7.
- Anoraga, Pandji. 2010, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda 104
- Depkes RI (2009). *Profil Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Departemen Republik Indonesia
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- HALAL MUI Logo. <http://seeklogo.com/vector-logo/171637/halal-mui> [diakses pada tanggal 22 September 2016]

- Hong, J., & Sternthal, B. (2010). *The Effects of Consumer Prior Pengetahuan and Processing Strategies on Judgments*. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 301–311.
- Irfan, Afifon.(2016). *Inilah ketentuan kosmetik halal menurut MUI*. [Online]. Available at : <http://www.halhalal.com/inilah-ketentuan-kosmetik-halal-menurut-mui/> [diakses pada 26 September 2016]
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Julianta,W&Sarjono,H. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar,Aplikasi untuk Riset*.Jakarta : Salemba Empat
- Karim, M. A. (2013). *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan Dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2008) *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th ed). United State : Pearson.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing* (14th ed). New Jersey : Pearson.
- Kusuma, I. D., & Untarini, N. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.
- Ma, Y. (2005). *The Role of Consumer Pengetahuan in Consumer Evaluations of Brand Extension Yun Ma A thesis submitted to Auckland University of Technology in partial fulfilment of the degree of Master of Business. Brand*. University of Technology in partial fulfilment of the degree of Master of Business.

- Madden, T.J., Ellen, P.S., Azjen, I. (1992). *A comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action*. Personality and Social Psychology Bulletin, Researchgate 18(1), 3–9.
- Maghfiroh. (2015). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal Lppom-Mui*, 169–176. Universitas Negeri Yogyakarta
- Majid, M. B., Sabir, I., & Ashraf, T. (2015). *Consumer Purchase Intention towards Halal Cosmetics & Personal Care Products in Pakistan*, 1(1), 45–53. Global Journal of Research in Business & Management
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). *Intention to choose Halal products: the role of religiosity*. Journal of Islamic Marketing, 3(2), 108–120.
- Muslimah, Fauziyah.(2016). *Makin Berkembang, Ini Alasan Kosmetik Halal Tak Hanya Digemari Konsumen Muslim*. [Online]. Available at : <http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/09/14/1515/makin-berkembang-ini-alasan-kosmetik-halal-tak-hanya-digemari-konsumen-muslim.html> [diakses pada tanggal 26 September 2016]
- Na'im, Akhsan & Syaputra, Hendry. (2010). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama, dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia Hasil Sensus Penduduk 2010*. [Online]. Available at : http://demografi.bps.go.id/phpfiletree/bahan/kumpulan_tugas_mobilias_pak_chotib/Kelompok_1/Referensi/BPS_kewarganegaraan_sukubangsa_agama_bahasa_2010.pdf [diakses 24 September 2016]
- Nashori, Fuad. 2002. *Agenda Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Noor, J. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- PewResearchCenter Religion & Public Life*. (2015). [Online]. Available at : http://www.pewforum.org/2015/04/02/muslims/pf_15-04-02_projectionstables74/ [diakses pada tanggal 22 September 2016]
- Priyatno.(2011). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta : Griya Media

- PT. Citra Cendikia Indonesia.(2016). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia, 2010-2015*. [Online]. Available at : <http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/> [diakses pada tanggal 30 November 2016]
- Putit, L., & Johan, Z. J. (2015). *Consumers " Acceptance of ,, Halal " Credit Card Services : An Empirical Analysis*. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 3(1), 1–9.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan&Kuncoro, E. A. (2014). *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Rochaety, Ety, Ratih Tresnati, dan Abdul Madjid Latief. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Rochmanto, B. Al. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Rois, E. L. H. (2016). *The Effects of Religiosity, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control on The Intention to Buy Halal-Labeled Snack Products (A Study of Moslem Students at The Faculty of Economics, Yogyakarta State University)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.
- Sadzalia. 2015. *Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Saraswati. (2013). *Analisis Terhadap Penerapan Theory Of Consumer Acceptance Technology pada E-Spt*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sarwono, J. (2012). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offest.

- Sarwono, Jonathan. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G., and L.L. Kanuk, 2008, *Consumer Behavior*, 7th ed., Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (buku 1, edisi 4). Jakarta :Salemba Empat
- Sigit, Murwanto. 2006. *Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Mahasiswa sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 11 (1), h: 81-91
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Reseach and Development*. Bandung:Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tranggono, R.I., &Latifah,F.(2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Zuraya, Nidia.(2016). Kesadaran Masyarakat Indonesia Mengonsumsi Produk Halal Masih Rendah. [Online]. Available at : <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/16/02/16/o2m324383-kesadaran-masyarakat-indonesia-mengonsumsi-produk-halal-masih-rendah> [diakses pada tanggal 30 November 2016)