

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab Khallaf. (1994). *Ilmu Ushul Fiqih*. Cet ke 1. Semarang: Dina Utama.
- Ambali, A.B & Bakar, A.N., (2014). Kesadaran Masyarakat Tentang Makanan dan Produk Halal. *Vol 8, No1 Maret2017 32 Potensi Masalah untuk Penanda Kebijakan. Procedia Sosial dan Ilmu Perilaku 121 hal 3-25.*
- Amarinda Napitasari., (2018). Analisis Niat Beli Konsumen Pada Restoran Bersertifikat Halal MUI di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018 (Studi Kasus: Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudeg Yu Djum, Bakso Betesda 74). *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 7, No 5.*
- Ali A., (2017). Produk Halal Pembelian Niat di Pakistan: Bukti dari Komunitas Non-Muslim. *Arabian Jurnal Bisnis dan Manajemen Ulasan, Ali, Arab J Bus Manag Ulasan 2017, 7(4).*
- Abdul Aziz & Vui, C. N., (2012). Peran kesadaran halal dan sertifikasi halal dalam mempengaruhi niat pembelian non Muslim. *Makalah disajikan pada Konferensi Internasional ke-3 tentang Riset Bisnis dan Ekonomi (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830.*
- Ajzen, I. (1985). *Dari Niat ke tindakan: A Theory of Planned Behavior*. Kuhl, J. dan Beckmann., (Eds), *Kontrol Tindakan: Dari Kognisi ke Perilaku*; Springer, Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). Teori Perilaku yang Direncanakan. *Perilaku Organisasi dan Proses Keputusan Manusia, 50, 179-211.*
- Assael, Henry., (2001). *Consumer Behaviour 6th Edition*. New York: *Thompson Learning*.
- Anggit Listyoningrum & Albari., (2012). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 42 (1).*
- Azreen Jihan bt Che Mohd Hashim & Rosidah Musa (2013). Faktor yang Mempengaruhi Sikap Menuju Kosmetik Halal antara Young Adult Perkotaan Muslim Women: A Focus Group Analisis. Diterbitkan oleh Elsevier Ltd. *Jurnal Sosial dan Ilmu Perilaku 130 (2014) 129 – 134.*

- Abdul Raufu Ambali & A, Naqiyuddin Bakar., (2013). Halal Makanan Dan Produk Di Malaysia: Rakyat Kesadaran Dan Implikasi Kebijakan. *intellectual Discourse, Vol 21, N Hai 1, 7-32.*
- Bilal Majid M, Dr Irfan Sabir & Tooba Ashraf., (2015). Pembelian Konsumen Niat menuju Kosmetik Halal & Perawatan Pribadi Produk di Pakistan. *International Journal Bisnis & Manajemen. 47 (1).*
- Bonne & Verbeke, W., (2007). Kepercayaan Konsumen Muslim Dalam Status Daging Halal Dan Kontrol di Belgia. *Sains Langsung. 79 (1), 113-123.*
- Borzooei, M. & Asgari, M., (2014). Pengaruh Komitmen Keagamaan Pada Hubungan Merek Halal Dan Niat Beli. *Jurnal Penelitian Ekonomi & Bisnis Studi, Vol. 3, No. 4, pp.14-19.*
- Borzooei & Asgari. (2013). Kepribadian Merek Halal Dan Efeknya Pada Niat Beli. *Jurnal Interdisipliner Riset Kontemporer dalam Bisnis, Vol.5, No.3, pp.481-491.*
- Engel, James., Roger, D, Blackwell., & Paul, W, Miniard., (1994). *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam.* Jakarta, Binarupa aksara.
- Gaspersz, Vincent. (1991). *Ekonomika Terapan* (1 ed.). Bandung; Tarsito.
- Hakim,A. (2014). *Pengantar Ekonomika dengan Aplikasi Eviews.* Yogyakarta: Ekonisia.
- Hassan, F., (2013). *Halal Pemasaran Makanan. Berani Untuk Menang.* Malaysia, UiTM Press.
- Hurlock, E.B. (1994). *Psikologi Perkembangan; Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan.* Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta; Erlangga.
- Hanzaee & Ramezani, MR., (2011). Niat Untuk Produk Halal Di Pasar Dunia. *Interdisipliner Journal of Research in Bisnis, Vol.1, No.5, pp.1-7.*
- Hussein Elasrag., (2016). Industri Halal Tantangan dan Peluang Key. Munich Personal RePEc Archive (MPRA), 34 (6).
- Hashim, P., & Mat Hasyim, D., (2013). Sebuah Tinjauan Kosmetik dan Produk Perawatan Pribadi. Perspektif Halal dan Deteksi Bahan Pertanika. *Journal Science & Technology, 21 (2), 281-292.*
- Hussin S. R., Hashim, H., Yusof, R.N., & Alias, N. N (2013). Relationship Between Product Factors, Advertising, And Purchase Intention Of Halal Cosmetic. ISSN: 012.

- Hamzan Wadi & Bayu Rahanathan (2013). Hubungan Variabel Demografi Dengan Respon Konsumen Terhadap Iklan Merk Top Coffe di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 2(9),pp : 1036-1052.
- Indawati L I, dkk., (2018). Pengaruh dan Dampak Merek, Trust, dan Produk Halal terhadap Switching Barrier pada Loyalitas Pengguna Tabita Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNPAB). *Saudi J. Humaniora Soc. . Sci*, Vol-3, Iss-2 (Februari, 2018): 305-317.
- Ibrahim, N. Abdullah, A. dan Yusoff, Z., (2012). Konsep Halal Menurut Abu Mansur Al Maturidi. *Studi Tematik, Bepress*, tersedia di: http://works.bepress.com/noorjamaliah_ibrahim/9.
- Johnstone. L. R., (2006). *Agama dan Masyarakat Dalam Intraksi: Agama dan Sosiologi*. Prentice Hll.
- Jusmaliani, J. & Nasution, H., (2009). Aspek Religiusitas Dalam Perilaku Konsumen: Faktor-Faktor Penentu Konsumsi Daging Halal. *ASEAN Journal*, Vol 1, No.1, pp.1-12.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta; PT. Indeks.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran. (Edisi Global) Edisi ke-15*. Pearson.
- Khraim, H., (2010). Mengukur Religiusitas Dalam Penelitian Konsumen Dari Perspektif Islam. *International Journal of Studies Pemasaran*, Vol.2, No.2, pp.166-179.
- Kamaruzaman, KA., (2008). Perniagaan kosmetik halal antara keprihatinan nyata dan kebodohan polos. *Jurnal Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia*, 3-4, 26-28.
- Mohezar, S, Suhaiza Z & Zainorfarah. (2016). halal Kosmetik Adopsi Di antara Muda Konsumen Muslim di Malaysia: Religiusitas Kepedulian. *Jurnal ini adalah anggota dan menganut prinsip-prinsip Komite Publikasi Etika (COPE).*, *GJAT*. Juni 2016, Vol 6 Edisi - 47.
- Mitsui, T. (1997). *New Ilmu Kosmetik*: Elsevier Science. Mobius, MM, & Rosenblat, TS (2006). Mengapa keindahan hal. *The American Economic*.
- Muniaty Aisyah., (2017). Konsumen Permintaan Pada Kosmetik Halal dan Produk Perawatan Pribadi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Jurnal Ekonomi Islam) Volume 9 (1)*, 125-142.

- Mohammadian, F & Hajipour B., (2015). Kosmetik Halal Supply Chain - Sebuah Konseptual Model. *International Journal of Supply Chain Management*, Vol. 5, No. 1, Maret 2015, 36-37.
- Mokhtar, A., Nooreha, H., & Nik Mustapha, NH (2008). Pedoman Pelaksanaan Nilai Berbasis Total Performance Excellence Model dalam Organisasi Bisnis. *Presentasi di Perspektif Forum Islam*.
- Muhammad, R., (2007). Branding Re Halal. *The Halal Journal*, Shannon - Singapura - Tokyo. 5-6.
- Muhammad (2014). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Cetakan Pertama. Yogyakarta; BPPF.
- Mc Quail, Denis. (2002). Kinerja Media: Komunikasi Massa dan Kepentingan Umum. *London; Publikasi Sage*.
- MarkPlus. (2016). Halal dan Herbal - Dua Muncul istilah-istilah di Indonesia ini Kosmetik Market, MarkPlus Inc .: Pengetahuan, Insight Solution. Tersedia di. <http://www.markplusinc.com/halal-and-herbal-the-two-emerging-buzzwords-in-indonesias-cosmetics-market/>.
- Nabila Nisha & Mehree Iqbal., (2017). Ekosistem Halal: Prospek Untuk Pertumbuhan Bangladesh. *International Journal of Business dan Masyarakat*, Vol. 18 S1.
- Paul A.Samuelson & William (2001). *Microeconomic*. North America; HBI.
- Peter & Olson (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta; Salemba Empat.
- Pack, D. (2008). Kebenaran Tersembunyi Dibalik Makeup. Pew Research Center. (2015). Diperoleh 10 Mei 2019, dari <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/04/23/why-muslims-are-the-worlds-fastestgrowing-religious-group/>
- Rahim, A, Nazahah., (2012). Model Penerimaan Produk Halal. *Untuk Tinjauan Triwulan Masyarakat, Bisnis & Manajemen Vol. 3, hal, 17-25*.
- Reuters, Thomson., (2013). Keadaan Ekonomi Islam Global. *Edisi: 2016/17 3 Pew Research Center. 2011*.
- Saqib Ali, dkk., (2016). Kecantikan Premium dan Kosmetik Halal Industry. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Vol. 1, Issue 4 (2016) 52-63.

- Siti Nor Bayaah A & Azizah Omar., (2016). Pengaruh Sikap Terhadap Niat Perilaku Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Di Malaysia. *Jurnal Inovasi Bisnis Jurnal Inovasi Perniagaan Volume 1 2016: 57-72.*
- Sekaran & Roger B. (2016). *Metode Penelitian dan Bisnis. Skill Building Approach, 7th Edition.* Jakarta; Salemba Empat.
- Sekaran, U (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (4 ed).* (K. M. Yon, Trans). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho. (2010). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi.* Jakarta; Kencana.
- Schiffman dan Lazar Kanuk. (2000), Perilaku Pelanggan. *Edisi Internasional.*
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: CV Alfabeta.
- Salehudin, I. & BA Luthfi., (2011). Dampak pemasaran Pelabelan Halal terhadap Niat Perilaku Konsumen Indonesia. *Asean Pemasaran Journal, Vol. 3 (1): 35-43.*
- Schiffman L., & Kanuk, L. (2015). *Prilaku Konsumen.* N.J. Prentice Hall.
- Shafie, S. dan Othman, MN., (2006). Sertifikasi Halal: Masalah Pemasaran Internasional Dan Tantangan. Tersedia di: <http://Halalrc.org/images/Research%20Material/Report/Halal%20Certification%20an%20international%20marketing%20issues%20dan%20challenges.pdf>
- Thomas, P., & Selimovic, A., (2015). Syariah di Piring?., Sebuah Analisis Wacana Kritis Makanan Halal Di Dua Surat Kabar Norwegia. *Journal of Marketing Islam, 6 (3), 331- 353.*
- Thalib, M., & Johan, M., (2012). Isu Dalam Kemasan Halal. *Jurnal Bisnis Internasional dan Manajemen, Vol. 5, No.2, pp.94-98.*
- Talisa Rahma P., & Indah Fatmawati., (2017). Pengaruh Keyakinan, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Vol 8, No1Maret, pp.1-33.*
- Taylor, S., & P. Todd (1995). Dekomposisi dan Efek Crossover dalam Teori Perilaku yang Direncanakan. *Sebuah studi tentang Niat Adopsi Konsumen. Jurnal Internasional penelitian dan pemasaran, 12, 137-155.*

Widarjono, I (2009). *Ekonomika Pengantar dan Aplikasi disertai Panduan Eviews (4 ed)*. Yogyakarta; UPP STIM YKPN.

York: Thomson Reuters. Thomson Reuters., (2016). Laporan: Negara Ekonomi Global Islamic 2016/17. Baru <http://www.reuters.com/article/islamic-finance-bangladeshidUSL6N0O82ES20140602>.

Zakaria, Z., (2008). Penyardapan Ke Pasar Halal Dunia, Beberapa Diskusi Tentang Hukum Dan Standar Malaysia. *Syariah Journal 16 (3): 603-616*.

INTERNET

<http://www.pewresearch.org/>.

www.halalmui.com.

<https://kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=8&jenisdata=penduduk&berdasarkan=golonganusia&prop=34&kab=00&kec=00>

