

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasir, Abdul Muhith, Ideputri. (2011). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta : Mulia Medika.
- Al Rochmanto, B., & Widiyanto, I. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 1–12.
- Al Rochmanto, B., & Widiyanto, I. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 1–12.
- Alserhan, B. A. (2011). *The Principles of Islamic Marketing*. England: Gower Publishing Limited.
- Alserhan, Baker Ahmad. 2018. *On Islamic branding : Brands As Good Deeds*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 1 No. 2.
- Ancok, D., & Suroso. (2011). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2014. Produk beredar di Indonesia tahun 2014. Jakarta: POM.
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., & Buyong, S. Z. (2015). Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 170–180. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v5-i2/1476>
- Borzooei, M., dan Maryam Asgari, 2013. *The Halal Brand Personality and Its Effect on Purchase Intention*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 5(3): 481-491.
- BPOM, B (2020). *Peraturan Badan Pengawa Obat dan Makanan Tahun 2019, Jilid 1*. Badan Pengawas Obat dan Makanan. https://jdih.pom.go.id/download/file/1223/Perka_BPOM_2019.pdf
- BPOM, B. (2021). *Penggunaan Rhodamin B pada Kosmetik*. [http://ik.pom.go.id/v2016/artikel/Penggunaan%20Rhodamin%20B%20pada%20Kosmetik_fina l.pdf](http://ik.pom.go.id/v2016/artikel/Penggunaan%20Rhodamin%20B%20pada%20Kosmetik_fina%20l.pdf)

- Danang Sunyoto. 2013. *Perilaku Knsumen: Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Kevin Lane Keller, (2013). *Strategic Brand Management, 4th edition*. Prentice HallInc., New Jersey, USA
- Kusantati, H., Prihatin, P. T. & Wiana, W. 2008, *Anatomi fisiologi kulit, Tata Kecantikan Kulit*, Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.
- Lembaga Pengkajian Pangan Obatobatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. 2017. Informasi Halal.
- Maghfiroh. (2015). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI. *Jurnal Economia*, 11(2), 169–176. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/8240/6911>
- Maghfiroh. (2015). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI. *Jurnal Economia*, 11(2), 169–176. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/8240/6911>
- Mukhtar A. *Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity. Journal of Islamic Marketing*. 2012.
- Nursalam. (2013). *Manajemen Keperawatan. Aplikasi dalam praktik keperawatan professional*, edisi 3, Jakarta : Salemba Medika.
- Nurwulan, Dwi, “Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya”, *Saintika Medika: Jurnal Ilmu Kesehatan dan Kedokteran*, Vo. 6, No. 2, 2010.
- Pangaribuan, Lina, “Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan”, *Keluarga Sehat Sejahtera*, Vol. 15 No. 2 Desember 2017.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Indah Yuliana. 2017. *Hubungan Tingkat Pengetahuan Wanita Usia Subur Dengan Pemeriksaan IVA (Inspeksi Visual Asam Asetat) Di Wilayah Kerja Puskesmas Bergas Kabupaten Semarang*. Jurnal Penelitian Program Studi Kebidanan Universitas Ngudi Waluyo

- Rahim, N.F., Shafii Zurina, Shahwan Syahidawati, 2013. Awareness and Perception of Muslim Consumers on Non-Food Halal Product. *Journal of Social and Development Sciences*. 4(10): 478-487.
- Rezai, G., Zainalabidin Mohamed, Mad Nasri Shamsudin, 2012. Non-Muslim Consumers' Understanding of Halal Principles in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*. 3(1): 35-46.
- Rinaldi A. *Hubungan Pengetahuan, Sikap dan Personal Hygiene dengan Terjadinya Diare pada Anak di Puskesmas Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar*. Skripsi .Fakultas Kedokteran Syiah Kuala. 2016. H: 40-9
- Rizka Asri Briliani,Dkk. "Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama", Mahasiswa Jurusan Statistika Fsm Universitas Diponegoro, *JURNAL GAUSSIAN*, (Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016)
- Sadzalia, S. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Sakamoto, K., Lochhead, R.Y., Maibach, H.I., dan Yamashita, Y. (Editor), 2017. *Cosmetic Science and Technology: Theoretical Principles and Applications*. Elsevier, Amsterdam, Netherlands.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALDABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.