

DAFTAR PUSTAKA

- A, Girindra. (2005). Pengukir Sejarah Sertifikat Halal. Jakarta: LP-POM.
- Annastasia, Melliana. S. (2006). Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan. Yogyakarta: LKiS.
- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2007). Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, H.S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1), 88-101.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. 2007. Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya dan Zat Warna yang Berbahaya. BPOM: Jakarta. (http://www2.pom.go.id/public/peringatan_public/pdf/KH.00.01.432.6147.pdf, diakses tanggal 3 September 2022 pukul 15.01 WITA).
- Badan POM. Endorse Kosmetik, Aman atau Menuai Bencana? (<https://online.flipbuilder.com/tbog/fgcj/files/basic-html/page61.html>, diakses pada tanggal 3 September 2022 pukul 17.05 WITA).
- Badan Pusat Statistik. 2020. Pertumbuhan Produksi IBS Tahun 2019 Naik 4,01 Persen Dibandingkan Tahun 2018. (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1739/pertumbuhan-produksi-ibs-tahun-2019-naik-4-01-persen-dibandingkan-tahun-2018.html>, diakses tanggal 3 September 2022 pukul 15.28 WITA).
- Baron, R. A., Branscombe, N. R., & Byrne, D. (2008). *Social Psychology* (12th ed.). Boston: Pearson Education.

- Cherish, W. Julinar. (2018). Konsep Kecantikan dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Surabaya. (*Skripsi*). Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Dahlan, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir terhadap Wakaf Uang. *Ziswaf: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 4(1), 1-24.
- Fathurrohman, M. (2015). Model-Model Pembelajaran Inovatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kemenag. (2022). Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional. (<https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>, diakses pada tanggal 3 September 2022 pukul 15.09 WITA).
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2018. Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%. (<https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>, diakses tanggal 3 September 2022 pukul 15.30).
- Keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Berdasarkan Surat Keputusan Nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadin Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2012). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Listyana, R., & Hartono, Y. Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). 102-119.
- Mahwiyah. (2010). Pengaruh Labelisasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Martin, A., Swarbick, J., & Cammarata, A. (1993). Farmasi Fisik 2. Edisi III. Jakarta: UI Press.

- Mathew, V.N., Abdullah, A.M.R.B.A., & Ismail, S.N.B.M. (2014). Acceptence on Halal Food among Non-Muslim Consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 262-271.
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Muhamad, N., Leong, V., & Mizerski, D. (2016). Consumer Knowledge and Religious Rulings on Products. *Journal of Islamic Marketing*, 7(1), 74-94.
- Mulyana, Deddy. (2007). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T., Lévêque, J.-L., & Pineau, P. (2006). Cosmetics: They Influence More Than Caucasian Female Facial Attractiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 493–504
- Nusaresearch. 2020. Laporan tentang Makeup Routine. (https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsrs, diakses tanggal 3 September 2022 pukul 20.45 WITA)
- Pace, R. Wayne., & Faules, Don F. (1998). Komunikasi Organisasi: Strtategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Penerj. Dan Ed. Deddy Mulyana. Bandung: Rosda.
- Peraturan Menteri Kesehatan tentang Izin Produksi Kosmetika 1175/MENKES/PER/VIII/2010.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). Psikologi Komunikasi Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raviana, Liza. (2019). Pengaruh Harga dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Banda Aceh. (*Skripsi*). Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

- Schermerhorn, J.R., dkk. (1994). *Managing Organizational Behavior* (5th ed). New York: John Willey & Sons, Inc.
- Singarimbun, Masri. (2001). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Stanton, William J. (2004). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tranggono, Retno Iswari dan Latifah. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH).
- Walgito, Bimo. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo. (2013). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yusuf, Al-Qaradhawi. (2002). *Fatwa-Fatwa Kotemporer*. Jilid 3, penerj. Abdul Hayyie alKattani, dkk. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zebrowitz, L. A., & Montepare, J. M. (2008). *First Impressions from Facial Appearance Cues*. In N. Ambady & J. J. Skowronski (Eds.), *First impressions* (pp. 171–204). Guilford Publications.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Penelitian

Karakteristik Informan:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
3. Usia:

A. Tujuan penggunaan kosmetik dekoratif

1. Merek makeup apa yang paling anda ingat?
2. Apa yang menjadi kriteria anda dalam memilih produk makeup?
3. Merek makeup halal apa yang anda sedang pakai atau yang pernah anda gunakan?
4. Apa kesan yang anda ingin tunjukkan saat memakai produk makeup tersebut?

Pertanyaan untuk rumusan masalah:

B. Persepsi Persekutuan Mahasiswa Kristen Oikumene Fisip Unhas terhadap produk kosmetik dekoratif halal

1. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai halal ini?
2. Kalau untuk sumber informasi produk makeup halal sendiri, darimana anda mendapat informasi?
3. Apakah ada pengaruh dari lingkungan? Seperti teman ataupun keluarga yang merekomendasikan?
4. Apa yang terbesit dipikiran anda jika mendengar kata halal?
5. Bagaimana anda memandang makna halal ini?
6. Sejauh mana anda mengetahui dan menyadari keberadaan halal ini?

7. Mengapa anda memilih produk makeup berlabel halal? Apa alasannya?
8. Dari berbagai macam kosmetik di Indonesia, menurut anda apa saja atribut atau identitas yang melekat pada produk halal?
9. Menurut pandangan anda, kosmetik yang sedang anda pakai sekarang itu kosmetik yang seperti apa? Dan bagaimana citra produk kosmetik tersebut?

Lampiran 2. Dokumentasi

