

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tabrani, Wazin Baihaqi, dan Nana Suryapermana. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Cicilan Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pandeglang.” *Muamalatuna* 14, no. 1 (2022): 67–88.
- Amalia, Rizki, dan Nurul Rozza. “Analysis of the Effect of Halal Awareness, Religiosity, Lifestyle, and Viral Marketing on Purchase Decisions.” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 13, no. 1 (2022).
- Anam, Choirul, dkk. “Pengaruh Persepsi Kehalalan Produk Kosmetik terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 10, no. 2 (2021): 134–145.
- Asari, Andi, dkk. *Pengantar Statistika*. Surabaya: PT MAFY Media Literasi Indonesia, 2023.
- Baihaqi, Wazin. *Karakteristik Ekonomi Rumah Tangga*. Serang: LP2M IAIN SMH Banten, 2017.
- Baihaqi, Wazin. “Ekonomi Islam dalam Kajian Fiqh Kontemporer; Studi Awal tentang Jaminan Fidusia.” *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2016).
- Baihaqi, Wazin. “Karakteristik Ekonomi Rumah Tangga dan Relevansinya dengan Konsep Ekonomi Syariah.” *Alqalam* 35, no. 1 (2018): 1–18.
- Baihaqi, Wazin. “Pengeluaran Konsumsi: Perspektif Etika Ekonomi Islam.” *Al Qalam* 20, no. 96 (2003): 35–56.
- Baihaqi, Wazin. “Murabahah dalam Hukum Positif dan Implementasi pada Praktek Pembiayaan Konsumen.” *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2014).
- Baihaqi, Wazin, dan Gilang Fauzi Rahman. “Effect of Profit Sharing, Murabahah, and Wadiah Saving Fund on Wadiah Bonuses at BCA Syariah and Bukopin Syariah in 2017–2020.” *Tsarwah* 7, no. 2 (2022): 68–77.

- Baihaqi, Wazin, dan Muhyani Muhyani. "Pengaruh Kontribusi Produk Syariah terhadap Pertumbuhan Aset pada Perusahaan Asuransi di Indonesia 2012–2018." *Syar'Insurance: Jurnal Asuransi Syariah* 5, no. 2 (2019): 131–158.
- Baihaqi, Wazin, dan Siti Haryati. "Analysis of Factors Influencing Decisions to Purchase Halal Labeled Facial Foam for Men Products." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 3, no. 2 (2023): 22–29.
- Baihaqi, Wazin, dkk. *Islamic Business Ethics*. Serang: LP2M IAIN SMH Banten, 2023.
- Baihaqi, Wazin, dkk. "The Dilemma of Sharia Tourism Regulation: Between Tradition and Modernity in Banten." *Jurnal Hukum* 41, no. 1 (2025): 173–194.
- Baihaqi, Wazin, dkk. "The Influence of Islamic Business Ethics on the Service of Slaughtered Chicken Traders." *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2023): 215–234.
- Baihaqi, Wazin, dkk. "Sharia Tourism Regulation." *Jurnal Hukum* 41, no. 1 (2025): 178–194.
- Baihaqi, Wazin, dan T. Suryanto. "Constructing Islamic Law and Islamic Business Ethics for a Sustainable Halal Industry Economy." *Manchester Journal of Transnational Islamic Law & Practice* 19, no. 3 (2023).
- Baihaqi, Wazin, Maskuroh, dan A. Ansori. "Optimizing Artificial Intelligence in Fiduciary Supervision Systems." *Petita* 10 (2025): 95.
- Baihaqi, Wazin, S. Patimah, dan A. Ansori. "Optimizing AI Technology in Assessing Islamic Financing Risks." *Al-Istinbath* 10, no. 1 (2025): 172–193.
- Baihaqi, Wazin, et al. *Indonesian Sharia Tourism Towards a Sustainable Halal Industry*. In *The AI Revolution: Driving Business Innovation and Research*, Vol. 1 (2024): 901–911.

- Bukhari, Muhammad Ibn Ismail. *Shahih al-Bukhari*. Riyadh: Darussalam, 1997.
- Farhan, Aulia. “Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2021): 55–63.
- Farida, Aulia Nur, dan Arafia Fitri Nur Azizah. “Pengaruh Islamic Branding dan Halal Awareness terhadap Preferensi Konsumen Kosmetik Halal.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 9, no. 2 (2024): 112–125.
- Fauziah, Rina. “Pengaruh Gaya Hidup Islami terhadap Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Halal.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 9, no. 1 (2022): 78–90.
- Fitriyani, Lilis, dan Rika Amalia. “Analisis Gaya Hidup Islami Generasi Z dan Implikasinya terhadap Preferensi Produk Halal.” *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2021): 44–56.
- Glock, Charles Y., dan Rodney Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally, 1965.
- Huda, Miftahul, dan Iis Rahmawati. “Pengaruh Religiusitas dan Lifestyle terhadap Preferensi Konsumen.” *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 90–101.
- Hudaefi, Fadillah Putra. “Dimensions of Islamic Business Ethics: A Qualitative Study.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 5–23.
- Humaedi, Muhyidin. *Sosiologi Agama: Agama dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Itang, dan Wazin Baihaqi. “Dampak Riba terhadap Psikologi Manusia dalam Surat Al Baqarah Ayat 275 (Studi di Kota Serang).” *Jurnal Education and Development* 13, no. 1 (2025): 680–686.
- Kamal, Siti Rahmah. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2022): 41–53.

- Khairunnisa, Umi, dan Laila Fadillah. "Hubungan Antara Kesadaran Halal dan Minat Beli Produk Kosmetik." *Al-Muzara'ah: Jurnal Ekonomi dan Pertanian Islam* 10, no. 1 (2022): 22–33.
- Khoiriyah, Siti. "Persepsi Mahasiswa terhadap Kosmetik Halal di Era Digital." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* 9, no. 1 (2023): 77–89.
- Komalasari, Rini. "Peran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal pada Generasi Z." *Jurnal Komunikasi dan Bisnis* 7, no. 2 (2021): 133–148.
- Kusuma, Dedi. "Konsep Gaya Hidup Islami dalam Perspektif Generasi Milenial." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 8, no. 2 (2020): 61–74.
- Latifah, Aini. "Pengaruh Kesadaran Halal dan Religiusitas terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Halal." *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2022): 58–70.
- Lubis, Zulkifli. *Etika Bisnis Islam: Perspektif Al-Qur'an dan Hadis*. Medan: UMSU Press, 2021.
- Ma'arif, Ahmad. "Dampak Gaya Hidup terhadap Konsumsi Produk Halal di Kalangan Remaja." *Jurnal Penelitian Islam* 6, no. 1 (2021): 33–44.
- Maftuhah, R. "Pengaruh Citra Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah." *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2021): 25–37.
- Majid, Abdul. *Etika Bisnis dalam Islam*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Marlina, Sari. "Preferensi Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Kalangan Muslimah Milenial." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 4, no. 2 (2021): 112–123.

- Maulida, Nur, dan Ahmad Taufiq. "Citra Halal dan Kualitas Produk sebagai Prediktor Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 67–78.
- Maulidiyah, Siti. "Pengaruh Gaya Hidup Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Era Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 6, no. 2 (2023): 102–115.
- Mawardi, Hafidz. "Dampak Religiusitas terhadap Loyalitas Konsumen Produk Halal." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan* 6, no. 1 (2022): 50–60.
- Mubarok, Alif. "Islamic Lifestyle Sebagai Faktor Penentu Konsumsi Halal." *Jurnal Sosial dan Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2021): 76–89.
- Muhyani. "Perilaku Konsumen Muslim dalam Pembelian Produk Kosmetik Halal." *Jurnal Studi Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2021): 49–61.
- Muttaqin, Muhammad. *Filsafat Etika Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2022.
- Nisa, Rahmawati. "Pengaruh Gaya Hidup Islami terhadap Preferensi Produk Halal pada Generasi Z." *Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2023): 140–153.
- Nurhayati, Alifah. "Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi dalam Keputusan Pembelian Kosmetik Halal." *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia* 4, no. 1 (2022): 88–101.
- Nurlaili, A., dan D. Saputra. "Citra Halal dan Kesadaran Konsumen terhadap Preferensi Pembelian." *Jurnal Syariah dan Ekonomi* 8, no. 1 (2023): 54–66.
- Nursyamsiah, A. "Strategi Pemasaran Produk Halal pada Era Digital." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2021): 92–105.

- Pratiwi, Diah. “Pengaruh Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Kosmetik.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2021): 73–84.
- Puspita, L. N., dan M. Mardhatillah. “Gaya Hidup Islami dan Preferensi Kosmetik Halal.” *Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2022): 55–67.
- Rahman, Fauzi. “Pengaruh Kesadaran Merek, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal.” *Jurnal Pemasaran Islam* 6, no. 2 (2022): 78–92.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.
- Ramadhani, Bima. “Media Sosial dan Persepsi Kosmetik Halal di Kalangan Generasi Z.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 123–136.
- Riani, R. “Etika Islam dalam Bisnis Modern.” *Jurnal Ekonomi Islam dan Etika Bisnis* 6, no. 2 (2022): 44–59.
- Ridwan, M. “Label Halal dan Kepercayaan Konsumen Muslim.” *Jurnal Hukum Islam* 5, no. 2 (2021): 88–97.
- Rosyada, Mulyadhi. *Pendidikan Islam dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Salamah, R. “Kesadaran Konsumen terhadap Label Halal pada Produk Kosmetik.” *Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 99–109.
- Setiawan, Bagus. “Preferensi Konsumen terhadap Produk Kosmetik Halal dan Faktor Penentunya.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2022): 101–115.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan, 2019.
- Siregar, D. A. “Religiusitas dan Loyalitas Merek Produk Halal.” *Jurnal Manajemen Islam* 4, no. 1 (2022): 35–46.

- Suryani, N. “Pengaruh Brand Image dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal.” *Jurnal Pemasaran Syariah* 5, no. 2 (2021): 60–73.
- Syahputra, Junaidi. “Kesadaran Halal dan Minat Beli Kosmetik di Kalangan Remaja Muslim.” *Jurnal Konsumen Muslim* 3, no. 1 (2021): 77–88.
- Taufik, Arif. *Gaya Hidup Muslim Milenial*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2021.
- Tohari, Tohari. “Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Kosmetik Halal di Era Sosial Media.” *Jurnal Komunikasi Digital* 6, no. 1 (2022): 144–158.
- Wahyuni, Indah. “Analisis Minat Beli Produk Kosmetik Halal dengan Pendekatan Religiusitas.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2021): 55–70.
- Yuliana, E. “Peran Influencer Muslim dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.” *Jurnal Ekonomi dan Sosial Islam* 8, no. 2 (2023): 120–135.
- Zainuddin, R. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z terhadap Produk Halal.” *Jurnal Generasi Muslim* 2, no. 1 (2022): 33–45.