

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2019). *Innovation Product And Halal Labelization In Buying Repurchase. International Research Journal Of Business Studies*; Vol 12, No 1 (2019): April - July 2019. Retrieved From <Http://Www.Irjbs.Com/Index.Php/Jurnalirjbs/Article/View/1354> .
- Agustin, S., Hidayat, C. W., & Rusno. (2020). Pengaruh Lokasi , Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang Candra Wahyu Hidayat. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 1–6.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14-25.
- Arifin, A., & Hasibuan, M. (2023). Halal Labels: A Symbol of Compliance and Trust. *Journal of Islamic Marketing*.
- Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020. Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah. (2020). manajemen pemasaran. CV Budi Utama.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Maneggio:Jurnalilmiahmagister*,4(1),1–10.
- Clarisa, N. L. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dengan Kualitas Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Dewi, N., & Walyoto, S. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Somethinc Di Kabupaten Sukoharjo (Doctoral Dissertation, UIN Raden Mas Said).
- Diba, F., & Engkur, E. (2020). The Influence Of Celebrity Endorser, *Brand Image* And Halal Label Certification Towards Purchase Decision On Cosmetic Products Wardah (Study in Rw. 001 Jatinegara Kaum sub-district, Pulo Gadung sub-district). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Sertifikasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Warga RW. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung)*.
- Effendi, Uchjana. 2016. Psikologi Konsumen. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Ely, (2021). Penataan produk
- Fandy Tjiptono, (2019). Strategi Pemasaran Edisi III, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Herlina, I., & Sari, D. (2024). *Brand Image* sebagai Faktor Penentu Persepsi dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Hussain, M., & Nordin, N., 2023. *Halal Certification: Concept and Implementation*. *Journal of Islamic Marketing*).
- Ihsan, D. I. D., & Andari, T. T. (2022). Pengaruh Kualitas, Desain, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 1(3), 303-314.
- Indrasari, M. 2019, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press, Surabaya.
- Jafari, M., & Jafari, A., 2023. *Consumer Decision-Making Process: An Analytical Review*. *Journal of Consumer Research*.
- Johari, M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 745-755.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor pengambilan Keputusan Pembelian kosmetik berLabel Halal*. Penerbit Nem.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Lisa, U. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Logo Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Dan Skincare Lokal Dengan Product Quality Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial Di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Mardiana, V., Susanto, S., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Emina: Studi Kasus pada Mahasiswa UST Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2619-2625.
- Mu'ayanah, R. (2022). Pengaruh Promosi, Labelisasi Halal, Inovasi, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Japanese Food Konsumen Milenial Muslim di Jawa Tengah (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Mulyani, R., & Putra, I., 2024. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Nadhiro, H. A., Salim, M. A., & Athia, I. (2023). Pengaruh Persepsi Label Halal, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Pengguna Wardah Di Kepanjen). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Nadhiroh, U. (2020). Analisis Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

- Novianto, R., & Lubis, M. (2023). The Role of Halal Labels in Product Certification. *Journal of Islamic Finance*.
- Nurjannah, N., Mariah, M., & Hidayat, A. I. (2022). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi Skincare. *Nobel Management Review*, 3(4), 635-644.
- Pratama, H., & Ratnasari, I. (2023). Understanding Halal Labels: Compliance and Consumer Perception. *International Journal of Islamic Business and Management*.
- Putri, S. D. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Masamba. Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Masamba.
- Rahmah, R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh *Electronic word of mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352-2359.
- Rosalia, Y. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. 68–75.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, Label Halal dan harga terhadap Keputusan Pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(1).
- Saputri, V. A. (2023, September). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Persepsi Label Halal, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851-858.
- Sofa, S. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta.
- Tabar, F. A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 1-19.
- Tasia, A. A., Sulistyandari, S., & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Ecounbis: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74-85.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta.
- Top Brand Index. (2024). Komparasi Brand Index Kategori Perawatan Pribadi. Retrieved from. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/)
- Trifiyanto, K. (2018). Masa Depan Produk Lokal: Analisis Pengaruh Etnosentris Konsumen, Disain Kemasan, dan Persepsi Labelisasi Halal terhadap Minat Pembelian Produk

- Lokal (Studi pada Produk Lokal Lanting khas Kebumen). *Jurnal Fokus Bisnis*, 17(02), 15–24.
- Utami, Wahyu Budi. (2013). “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembelian Kosmetik Wardah Dioutlet Wardah Griya Muslim An Nisa Yogyakarta)”. Skripsi, Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Hubungan Humanioris Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wardhani, W. R. K., Arifin, R., & Normaladewi, A. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger, *Brand Image*, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Toko Kosmetik Arum *Beauty Shop* Lawang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Yulianti, F., Lamsah, P., & Periyadi, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.*
- ZA, Saida Zainurossalamia.(2020). *Manajemen Pemasaran. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.*