

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers And Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude And Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 148–163.
- Afroul Aini. (2019). “*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.*” Institut Agam Islam Negeri Salatiga.
- Agustian, E., & Saujana. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)*, 1(2), 169–178.
- Akon, R. dan. (2013). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*.
- Anjang Sudrajat. (2017). *Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah surakarrta 2017*.
- Anwar, S. (2021). Determinan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(02), 305–315.
- Baskara, Y. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf*.
- Bulan, T., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Echdar, S. (2017). *metode penelitian manajemen dan bisnis*. ghalia indonesia.
- Etta Mamang sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.
- Fitriana, Yandri Sudodo, L. H. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ORIFLAME (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di

- Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82.
<https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali. (2017). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I. D. H. L. (2017). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Edisi Ke-5)*.
- Ghozali, I. L. H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (5th ed.).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0. In *BP Undip, Semarang*.
- Hapzi Ali, Baruna Hadi Brata, S. H. (n.d.). “The Importance of Training Programs in the Improvement of the Performance of Employees In The Petroleum Companies”- Case of Sonatrach Company - The Regional Directorate of BERKAOUI (Ouargla- Algeria). *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Hapzi Ali, R. A. (2016). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. 239–244.
<https://doi.org/10.21276/sb>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Hidayat, W. G. P. A. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Citra Merek (Brand Image) Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi*, 1(9), 1–17.

- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). *Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang)*. 523–541.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir, Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Pt. Alun Alun Indonesia Kreasi. *Jurnal SWOT*, VII(3), 523–541.
- Intansari, D. (2019). Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Kalangan Model Hijabers di Kota Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Kamilah, G. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 25–39. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *No Title Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *In Global Edition*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- kotler dan amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. erlangga.
- Kumala & Fageh. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 6(1), 11.
- Kurniasari, W. (2014). *Statistika Ekonomi & Bisnis*.
- Kusumawardani, D. A. (2011). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer (Studi Kasus Di Mahkota Wedding And Event Organizer Semarang)*.
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–

40.

Latiff, Z. A. ., Rezai, G., Mohamed, Z., & Ayob, M. . (2015). food labels' impact assessment on consumer purchasing behavior in malaysia. *Journal of Food Products Marketing*, 1–14.

Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.
<https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>

Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*.

Mujahid, A. (2017). Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah. *Manajemen Dan Bisnis*, 5(5), 1–23.

Nila Nugraha, Emil Salim, Hilda Mary, Zefriyeni, L. (2020). KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN MINAT BELI DALAM PEMBELIAN. 1(September 2019), 81–88. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>

Ninda Aulia Faradhilla. (2020). PENGARUH MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* (Vol. 5, Issue 2).

NINGSIH, A. R. (2019). PENGARUH LABEL HALAL, CITRA PRODUK DAN HARGA DALAM KERAGAMAN KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH (Studi Pada Ririnis Shop Bandar Lampung). *PENGARUH LABEL HALAL, CITRA PRODUK DAN HARGA DALAM KERAGAMAN KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH (Studi Pada Ririnis Shop Bandar Lampung)*, 10–27.

Nisa Arfania Dita. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan*

Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Mediasi Kepercayaan Konsumen. 6.

Nugroho j. Setiadi. (n.d.). *Perilaku Konsumen*.

Nugroho j. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*.

Nur Hidayati, Linda Yuliandani. (2020). "Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah". *JAMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 12, 1.

Panzky dan Aditya. (2015). *pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan konveksi fazry*. 2, 3.

Peter Narotama Sunardi, Putri Regita Sari, R. C. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: KUALITAS PRODUK DAN HARGA (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(3), 302–315.

Philip Kotler dan Kevin Keller. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*.

Philip Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*.

Ramlawati, & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(1), 65–75.

Rangkuti. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.

Rian Pramono dan Augusty Tae Ferdinand. (2012). *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*.

Rizki, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK*

- WARDAH (Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store Mall Ska Pekanbaru). *Jom Fisip*, 5, 1–12.
- Rizqillah M & Kurniawan P. (2019). *pengaruh promosi, kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan baby snobby di kota batam*.
- Sabrina, N., Azwar, A., & Sofa, N. (2018). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Kasus Mahasiswi Uin Jakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *Epigram*, 14(2).
<https://doi.org/10.32722/epi.v14i2.1092>
- Safar, I. dan K. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Smartphone Non Populer Di Kota Makassar. *Jurnal Publikasi: Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 169–179.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Handbook Of Market Research*. In *Handbook Of Market Research*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Schiffman, & K. (2000). *Consumer Behaviour 7 E. new jersey*. Prenhalindo.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313.

<https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>

- Setiawan, O. A., & Sentosa, E. (2020). Bekerjanya Efek Kualitas Produk, Presepsi Harga Dan Desain Produk Pada Sikap Dan Niat Beli Konsumen. *Jurnal Optimal*.
- Solihin, D., Kunci, K., Beli, M., & Pembelian, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *J. Mandiri*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Suharno, & Surtaso, Y. (2010). *Marketing in Practice*. Graha Ilmu.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., Cahyani, R., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Beli, M., & Pembelian, K. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli* : 3(3), 302–315.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2010). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 475–487.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, (Edisi Keempat)*.
- Tjiptono, Fandy. (2003). *Total Quality Management*.
- Tri Widodo. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Utami, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal. *BMAJ: Business Management Analysis Journal*, 2(1), 68–77. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i1.3212>
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim*

An_nisa Yogyakarta).

William, J. S. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. erlangga.

Winda Setiani, Heny Sidanti, S. L. S. (2021). *Peran Sikap Konsumen DALAM MEMEDIASI PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PIZZA HUT CABANG MADIUN*. 7.

Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Yanti, N. D., & Darwanto. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.1144>

