

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, Mia dan Lucky Rachmawati.2020. Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Riview terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Amalia, Dewi.,dkk.t.t.Pengaruh Promosi,Brand Ambassador terhadap Keputusan PembelianPengguna Market Place X dengan Brand Imgae sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis,Manajemen,dan Keuangan*, 2(1).
- Anifah, Siti.2020.Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Religiusitas terhadap Perilaku Komsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening.(Skripsi sarjana, IAIN Salatiga).<http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/8573/>.
- Bayu, Krisna., dkk.2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek Produk Lifeboy. *E Prosiding Seminar Nasional Manajemen Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 2(1).
- Cahyowulan, Shinta Ayu Pratiwi.2018.Pengaruh Brand Ambassador pada Minat Beli Produk Wangler dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening.(Skripsi Sarjana, Universitas Sanata Sharma). <https://repository.usd.ac.id/31575/1/142214242.pdf>.
- Chyndi, Alvian, dan Edo.2019.Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi, *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 2(1).
- Cleopatra, Maria.2015. Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Matematika.*Jurnal Formatif*, 5(1).
- Donna, Lita dan Indah Sri.t.t. Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Dwiana, Nindya.,dkk.t.t. Faktor-Faktor Keputusan dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah. *Journal UNJ*.
- Fattdila., dkk.2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Promosi terhadap Minat Beli Brand Erigo melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening. *JCRBE, Vol 1(2)*.
- Firmansyah, Anang.2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*.(Surabaya : Qiara Media).
- Fitria, Eva.2018. Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantaupreapat. *Jurnal Ecobisma*, 5(1).

- Fitriana.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).
- Ftriani, Nuri.,dkk.t.t. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra merek Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Batik Pringgodani Khas Ngawi). *SIMBA,E ISSN:2686-1771*.
- Gin, Nissa dan Harry Soesanto.2018. Pengaruh gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa melalui Citra Merek. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3).
- Greenwood, Gaynor Lea.2013. *Fashion Marketing Communication*. (USA: Wiley).
- Gustini, Sri., dkk.2022. Pengaruh Customer Bonding Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Remaja Sekayu. *Jurnal Manajemen Komputen*, 5(1).
- Hakim, Lukman Nul.2020. Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia, *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1).
- Haque, Marissa Grace.2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Berlian Multitama di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 21(1).
- Herawati, Yunie.2017. *Hijab Dan Emansipasi Perempuan di Dunia Kerja*,(Yogyakarta : media neliti).
- Huda, Nurul dan Nurchahyanti.2018. Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Pemindahan Merek ke Yamaha NMAX di Semarang Selatan,*Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1).
- Kholidah, Nur dan Muhamad Arifianto.2020. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (Jawa Tengah: NEM).
- Kotler dan Amstrong.2018. *Principles of Marketing*. (Harlow, United Kingdom: Pearson Education).
- Kotler dan Keller.2016. *Marketing Management 15 edition* (Harlow: England: Pearson Education Limited).
- Kurniawati, Dewi.,dkk.2022. Pengaruh Word Of Mouth dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian SmartphoneVivo Melalui Brand Image. *Jurnal Riset Bisnis*.
- Lianti, Erna dan Meda Wahini.2019. Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Tata Rias Wajah Berlabel Halal. *e journal*, 8(1).
- Luthfianto, Dawud dan Heru Suprihadi.2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2).

- Mania, Siti.2008. Observasi sebagai Alat Evaluasi dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran. *Jurnal Lentera Pendidikan*, 11(2).
- Matondang, Zulkifli.2009. Validitas dan Reabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED*, 6(1).
- Muji, Aris.2018. Pengaruh Atribut Produk dan Daya Tarik Promosi terhadap Kepuasan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Yamaha Nmax di Kota Denpasar)(Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro). <https://repofeb.undip.ac.id/2558/>.
- Nabbila, Faricha Lita.2021. Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. (Skripsi sarjana, IAIN Tulungagung). <http://repo.uinsatu.ac.id/view/divisions/es/2021.html>.
- Nuraini, Alfiyah dan Ida Maftukhah.2015. Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Osak, Derby Juliana dan Yusepaldo Pasharibu.2020. Pengaruh Brand ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, ISSN: 2337-3067.
- Oscar, Bheben dan Hilman Cahya.2020. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army,*Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1).
- Panji, Nyoman dan Gede Ayu.2021. Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Uniqlo. *E-Jurnal Manajemen*, 10(3).
- Peter, J Paul dan Jerry C Olshon.2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*,(Jakarta: Salemba Empat).
- Prihatno, Eko.,dkk.t.t. Pengaruh Atribut Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Produk Merek Eiger di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Program Studi Manajemen FEB Unmas Denpasar.2020. *Manajemen Pemasaran*.(Bali : CV.Noah Aletheia).
- Putra, Muhammad Ikhsan.,dkk.2014. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Roflin, Edi., dkk.2021. *Populasi, Sampel dan Variabel dalam Penelitian Kedokteran*.(Jawa Tengah:NEM).

- Ropika, Santi, dan Iswandi Sukartaadmadja.2013. Pengaruh Atribut Produk terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen Pepsodent. *Conference Paper*.
- Rosandi, Shinda dan Tri Sudarwanto.t.t. Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra(Studi Pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmiah UNESA*.
- Sahir, Syafrida Hafni.2021. *Metodologi Penelitian*. (Medan: KBM Indonesia).
- Sari, Desita.2020. Pengaruh Brand Ambassador Wanita Berhijab, Labelisasi Halal, dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Wardah di Semarang.(Skripsi Sarjana, Universitas Semarang). <https://eprints.ums.ac.id/93298/>.
- Sari, Rissa Mustika dan Prihartono.2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian(Survei Pelanggan Produk Sprei Rise).*Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3).
- Septyarini, Muh. Ali, dan Kezia Arum.2018. Pengaruh Duta Merek terhadap Citra Merek Shampoo Sunsilk Hijab (Studi pada Madrasah Aliyah Negri 2 Samarinda). *E Journal Ilmu Komunikasi*, 6(3).
- Silmi, Zilfiyah.,dkk.t.t. Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening dalm Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *E-jurnal Riset Manajemen*.
- Siregar, Budi Gautama.2018. Pengaruh Kualutas Produk, Harga, Promosi, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent pada Mahasiwa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 6(1).
- Soesanto, James Prabowo.,dkk.2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Beragam Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*,5(1).
- Somantri, Bambang.,dkk.2020. Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Sisei SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 3(1).
- Spiegel, Murray R.2004. *Schaum's Easy Outlines Statistik*, (Jakarta: Erlangga).
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung:Alfabeta).
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung:Alfabeta).
- Sujianto, Agus Eko.2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher).

- Syahidah, Mutiara dan Asminah Rachmi.2021. Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1).
- Syamsinar.2017. Makna Pesan Iklan Shampo Rejoice "Wanita Berhijab" di Media Televisi (Analisis Semiotika Roland Basthes).(Skripsi Sarjana, Universitas Islam Alaudin Makasar). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/9384/>.
- Titian, Marline, dan Anas.2019. Bahan Dasar Sediaan Kosmetik Bedak Pelindung Kulit Wajah dari Pati Temulawak (Curcuma Xanthorrhiza Roxb), 1(2).
- Tuhumury, Novianty.2013. Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale), *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2).
- Wahyu, Andrian dan Nanang Suryadi.2020. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang.*Holistic Journal Of Management Research*, 1(1).
- Warda, Ihfadatul.2010. Pengaruh Fungsi Make-Up Sebagai Camouflage Dan Seduction Terhadap Citra Diri Pada Remaja Putri. (Skripsi sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang). <https://eprints.umm.ac.id/59803/7/SKRIPSI.pdf>.
- Yopi, Nanda, dan Surahman.2023. Gambaran Tingkat Pengetahuan tentang Period After Opening (PAO) dan Perilaku Penyimpanan Kosmetika Perawatan pada Remaja di Kota Tangerang. *Jurnal Sains dan Kesehatan*.
- Zahara, Zakia.2020. Peran Atribut Produk dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Wardah di Palu,*Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 6(1), 80.
- Zahra, Anisa dan Adila Sosiantika.t.t. Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Produk Skincare Luar Negeri.*IRWNS*