

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Diah Syifaul, Sundari, dan Rahma Sandhi Prahara. 2022. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto." *Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 5, no. 1: 2599–2473. <https://doi.org/10.31538/almada.v5i1.4469>.
- Afiqah Luthfatul, dan Ahmad Afandi. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2, 336–47. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).14300](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).14300).
- Aisy, Nabilla Syafrin. 2021. "Pengaruh Labelisasi Halal, Promosi, Harga, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi*, 2021, 1–15.
- Amaliah, Yenny Ernitawati, dan Dwi Harini. 2023 "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Produk Kosmetik Wardah, Emina, Viva Di Kelurahan Pasarbatang Brebes)." *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)* 1, no. 4, 272–89. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1872>.
- Anggelia, Vira. 2020. "Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Hijab Fresh (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau),"

2020. <http://dx.doi.org/10.1038/s41421-020-01640%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable->

Annisa, Nurul, Wisnu Wijayanto. 2024. “Pengaruh Persepsi Harga, Label Halal, Citra Merek, dan Promosi Produk Secara Online Terhadap Keputusan Pembelia DRW Skincare di Stokis Kecamatan Banyumas.” *Prosiding Nasional Sinaris 2024 Skema Penelitian* 3, no. 1, 1–9.

Bulan, Tengku, dan Khairul Fazrin. 2017. “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2, 729–39.

Compas Markt Insight, "Salah Satu *Brand* Favorit Milennial Angka Penjualan Emina Tembus Rp 4,5 Miliar" dalam <https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina/> diakses tanggal 25 September 2024

Emina Official, [https://www.google.com/search?q=https+denunsastore+Emina&oeq](https://www.google.com/search?q=https+denunsastore+Emina&dq=https+denunsastore+Emina&oeq) diakses tanggal 25 September 2024.

Chaerunnisa, Tri Utami Ayu, Yudi Aliyudin, Andi Yulianto, dan Slamet Bambang Riono. 2023. “Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa.” *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* 1, no. 4, 29–42.

Fajriah, Reza Ayu, dan Edi Susilo. 2024. “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2, 4435–44.

<http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>.

- Harianja, Immanuela Nobella Sertina, dan Kartika Imasari Tjitodjojo. 2024. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Konsumen." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)* 11, no. 1, 809–17.
- Hartati, Bella. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 10, no. 01, 23–37. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>.
- Khasanah, Ana Uswatun. 2023. "Pengaruh Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab." *Ajie*, 5–13. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art2>.
- Khofifah, Siti, dan Agus Supriyanto. 2022. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal." *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi* 15, no. 1, 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>.
- Kemenag, "Ditetapkan Label Halal Indonesia Berlaku Nasional", dalam <https://kemenag.go.id>. diakses tanggal 25 September 2024
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 157 dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah atau Penafsiran Al-Qur'an.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31 dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah atau Penafsiran Al-Qur'an.
- Khasanah, Ana Uswatun. 2023. "Pengaruh Harga, *Brand* Image, Kualitas Produk dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadira Hijab." *Ajie*, 5-13. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art2>.
- Khofifah, Siti, dan Agus Supriyanto. 2022. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement dan Perceived Adversiting Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik yang Bersertifikat Halal." *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi* 15, no.1, 1-13. <https://doi.org/10.58431/jumpa,v15i1.187>.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom. 2020. "Pengaruh Islamic *Brand* ing, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millenial di Kabupaten Kudus." *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2, 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>.
- Larasati, Novita Dara. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Merek Lokal di Yogyakarta," Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Laraswati, Cindi, dan Harti Harti. 2022. "Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 12, no. 2, 185-96. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>.

- Lia, Ade, Ibdalsyah Ibdalsyah, dan Hilman Hakiem. 2021. "Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 2, 263–73. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>.
- Mari Ci, Angela, dan Raymond. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam." *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 3, 3.
- Marlina, Nanan, dan Resma Mutiantari. 2022. "Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sale Jari." *Ekono Insentif* 16, no. 1, 21–30. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i1.715>.
- Maura, Meidyna Syafa, dan Maulana Syarif Hidayatullah. 2023. "Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus: Remaja Generasi Z)." *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 2, 478–87. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3415>.
- Mitra Bisnis, "7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022", dalam <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3> diakses tanggal 25 September 2024.
- Muhammad Edy Supriyadi. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2, 135–49. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.742>.
- Nugroho, Poso, Christina Dewi Wulandari, Tri Damayanti, dan Sahdina Nadila. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 4, 907–14. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>.

Purbohastuti, Arum Wahyuni, dan Asmi Ayuning Hidayah. 2020. “Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser.” *Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 1, 37–46. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>.

Putri, Sindi Dwi. 2020. “Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Masamba.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9, 1–10.

Rahman, Niesfi Laily, Abdul Rokhim, dan Abdul Wadud Nafis. 2021. “Pengaruh Label Halal, *Brand*, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik (Studi Produk Kosmetik Wardah Dan Produk Kosmetik MSI).” *Indonesia Journal off Islamic Economics & Finance* 4, no. 2, 1–12.

Rahmawati, Endang. 2023. “Pengaruh Kesadaran Halal, Citra Merek, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Skincare yang Sudah Berlabel Halal di Wilayah Solo Raya,” . <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.

Rifa’i, Bayu, Ni Wayan Eka Mitriani, dan I Gusti Ayu Imbayani. 2020. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar.” *Values* 1, 1–12.

Ritonga, Muhammad Maulana Arif, Nurizal Ismail, dan Al Solahuddin Ayyubi. 2024. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas,

dan Label Halal, Terhadap Minat Beli Mahasiswa Kosmetik Lokal.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 9, 3675–92. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i9.2491>.

Rohman, Moh Holilur, Lifia Lifia, dan Muhammad Haris Hidayatulloh. 2023. “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal pada Minat Pembelian Produk E-commerce pada Mahasiswa UIN Jawa Timur.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 19, 65–76. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4884>.

Romdhoni, Abdul Haris, Sumadi Sumadi, dan Tasya Ardhisa Firdaus. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pasta Gigi Halal Sasha Siwak di Surakarta.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 2, 2261. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5556>.

Sampe, Yoel David, dan Marie Tahalele. 2023. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon.” *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1, 50. <https://ejournal-polnam.ac.id>.

Satria, Deswita, dan Khairul Saputra. 2021. “Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).” *EKLEKTIK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 2, no. 1, 6.

Sholiha, Widiatus, M. Ridwan Basalamah, dan Ita Athia. 2022. “Pengaruh Label Halal, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Jasa Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu (Studi Pada Ibu-ibu di Desa Lesanpuro).” *Manajemen*, 32–48. www.fe.unisma.ac.id.

- Sri Ernawati, dan Iwan Koerniawan. 2023. “Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 1, 207–15. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>.
- Sutriani, Resi, Agustina Mutia, dan Neneng Sudharyati. 2024. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi.” *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, no. 2, 145–60.
- Suyyinah, dan Firman Setiawan. 2023. “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Merk terhadap Minat Pembelian Skincare Artha.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 3, 2008–20. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5916>.
- Syafrianita, Nova, Asnawi Muhammad, dan Al Firah. 2022. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan.” *Jurnal Bisnis Corporate* 7, no. 2, 31–40.
- Syaparuddin. 2017. *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah vs Tidak Peduli Masalah*. Yogyakarta: TrustMedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trifiyanto, Kabul. 2019. “Masa Depan Produk Lokal: Analisis Pengaruh Etnosentris Konsumen, Disain Kemasan Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Lokal.” *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 17, no. 2, 15–24. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v17i2.229>.

- Ula, Nazzelia, Khittah Ashilah, dan Farida Umi Choiriyah. 2023. “Pengaruh *Brand Image*, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Kasus Konsumen Mixue Jl. Jawa Jember).” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 2, no. 11, 2657. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i11.3837>.
- Utami, Mira-Maulani, dan Ayu-Noviani Hanum. 2010. “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Word of Mouth Mahasiswa UNIMUS.” *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, no. 12, 398–415. <http://jurnal.unimus.ac.id>.
- Vristiyana, Visca Mirza. 2019. “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Halal dan Minat Pembelian Produk Halal.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20, no. 1, 85. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>.
- Wahjono, Sentot Imam. 2023. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Warni, Zubaidah. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah Pada Gerai Kosmetik Careefour Palembang Square di Kota Palembang.” *Jurnal Manajemen* 8, no. 4, 1–20.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2019. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2, 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>.
- Wijayanti, Rena Feri, Tri Yulistyawati Evelina, dan Lina Budiarti. 2017. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian Produk Private Label.” *Adbis:*

Jurnal Administrasi dan Bisnis 11, no. 2 , 161.
<https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i2.26>.

Wiratama, Aditya Yoga. 2014. “Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang.” *Skripsi* 1, no. 8, 1–21.

Yeni, Yeni, Siti Komariah Hildayanti, dan Muhammad Bahrul Ulum. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina.” *Jurnal Manajemen* 11, no. 2, 174–81.
<https://doi.org/10.36546/jm.v11i2.907>.