

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, dan Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Nanda Saputra. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Adi, Yundri Novita Putri. “Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Maxim’s International Bakery & Cafeteria (Studi Kasus di Perumahan Pesona Laguna, Depok).” *Skripsi*. Universitas Pakuan Bogor, 2021.
- Alam, Andi Rifqah Purnama, dan Andi Tendean. “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Angin Aromaterapi Syifa Care pada CV. Afsal Makmur.” *Jurnal Online Manajemen ELPEI* 2, no. 2 (2022): 337–346.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Amalia, Laily Riski. “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Skin Care (Studi pada Konsumen Natasha Skin Care Paragon Mall Semarang).” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.
- Anggita, Vina. “Viva Cosmetics Utamakan Kualitas dan Inovasi Produk.” *Majalah SWA*. Diakses December 10, 2024. <https://swa.co.id/read/406576/viva-cosmetics-utamakan-kualitas-dan-inovasi-produk>.
- Annisawati, Asarekha Adjane, dan Melati C Sitorus. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida di PT Perusahaan Perdagangan Indonesia Cabang Bandung.” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 12, no. 2 (2022): 1–10.
- Badan Pusat Statistika Kota Samarinda. “Agama Di Indonesia 2024.” Diakses November 16, 2024. <https://samarindakota.bps.go.id/>
- BPOM. “Statistika Produk yang Mendapat Persetujuan Izin Edar Kosmetika.” Diakses January 1, 2025. <https://cekbpom.pom.go.id/>.
- Butarbutar, Swandi. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Angkatan 2018).” *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta., 2022.

- Damayanti, Risma. "Pengaruh *Influencer Marketing*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* di Tiktok terhadap *Purchase Decision* pada Ms Glow di Gresik." *Skripsi*. Universitas Internasional Semen Indonesia, 2023.
- Fakhrudin, Arif, Maria Valeria Roellyanti, dan Awan. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Fahrezi, Ahmad dan Uuh Sukaesih. "Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta)." *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* 2, no. 2 (2023): 189–199.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- . *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ilwan, Bunga Mauliqa. "Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di Indonesia." *Skripsi*. Universitas Lampung, 2022.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Islahi, Abdul Azim. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Diterjemahkan H. Anshari Thoyib. Surabaya: Bina Ilmu, 1997.
- Izzah, Nurul. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor di Kota Makassar." *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024.
- Jiang, Pingjun dan Rosenbloom Bert, "Customer Intention to Return Online: Price Perception, Attribute-Level Performance, and Satisfaction Unfolding Over Time," *International Journal of Marketing* 4, no. 1 (2015): 20-30
- Kamelia, Roudoh. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah." Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta, 2023.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. "Al-Qur'an dan Terjemahannya (Edisi Penyempurnaan 2019)." Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019.
- Khofifah, Siti dan Agus Supriyanto. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek,

- Online Customer Review, Selebrity Endorsement, dan Perceived Advertising Value* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik yang Bersertifikat Halal.” *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi* 15, no. 1 (2022): 1–13.
- Klisman, Ronaldo. “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau).” *Skripsi*. Universitas Islam Riau, 2021.
- Komayaroh, Lailatul, dan Citra Mulya Sari. “Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PO. Harapan Jaya di Tulungagung.” *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 12 (2022): 4371–4384.
- Kotler, Philip. *Marketing Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1994.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks. 2017.
- Laila, Nurul. “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang).” *Skripsi*. Universitas Semarang, 2023.
- Lestari, Citra. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS Glow.” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024.
- LPPOM MUI. “Alur Proses Sertifikasi Halal.” Last modified 2023. Diakses November 16, 2024. <https://halalmui.org/wp-content/uploads/2023/08/Alur-Proses-Sert-Halal.pdf>.
- Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya*. Jakarta: Fatwa MUI, 2013.
- . *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*. Jakarta: LPPOM MUI, 2008.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Mariyana, dan Ricky Talumantak. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Hours Coffee and More Jakarta.”

*Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–10.

Meliantari, Dian. *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.

Nur'aeni. "Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Dimensi* 10, no. 2 (2021): 240–254.

Nurwisesa, dan Muhammad Feby Andhika. "Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson U-Town Bintaro." *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 1 (2023): 514–523.

Panjaitan, Roymon. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Sukarno. Semarang: Sukarno Pressindo, 2018.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.

Peraturan Pemerintah RI. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta, 1999.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Pratama, Silvi Agusviani, dan Yulida Army Nurcahya. "Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Konsumen Muslim di Magelang." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19, no. 1 (2022): 141–150.

Putri, Elya Ramadhani. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Le Mineral (Studi pada Konsumen di Kota Banda Aceh)." *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023.

Putri, Shinta Dewi, Chandra Satria, dan Bagus Setiawan. "Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 23–38.

Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.

Sa'adah, Ullayya. "Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus terhadap Pembelian Ice Cream Mixue di Kota Semarang)." *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023.

Salim, Amir, Rizki Novensi Yusta, dan Anggun Purnamasari. "Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali

- Kota Palembang.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (2022): 159–168.
- Saputra, Suyono dan Putri Wulandari Rangkuti. “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Social Media Marketing*), dan Kualitas (*Brand Image*) terhadap *Purchase Decision* pada *Cosmetics*.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 9, no. 3 (2022): 1091–1106.
- Sari, Citra Mulya, Fitriantasany, Nila Nafisatul Bashiroh, dan Moh. Agung Irham Havidzi. “*Potential for Sustainable Halal Industry Development in Indonesia : Literature Review and Global Trend Analysis.*” *Proceeding AICIEB : Annual International Conference on Islamic Economics and Business* 4 (2024): 158–161.
- Sari, Fira Angga. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva pada Wanita di Kota Surakarta.” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.
- Sari, Rissa Mustika dan Prihartono. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).” *Jurnal Ilmiah MEA* 5, no. 3 (2021): 1171–1184.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk. *Customer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, 2011.
- Setiawan, Rudy Azhar, Askolani, dan Depy Muhamad Pauzy. “Pengaruh Persepsi Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survei pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya).” *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)* 6, no. 2 (2023): 188–203.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sitinjak, J. R. T. dan Sugiarto. *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Ayup. Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Susilawati, Cucu dan Agus Joharudin. *Labelisasi Halal dan Purchase Intention pada Produk Halal Non Makanan*. Bandung: Widina Bakhti Persada, 2023.
- Tahitu, Amelia dan Demy Wattimena. “Pengaruh Media *Online* Tribun Ambon

- terhadap Informasi Cepat kepada Publik.” *Jurnal Badati* 5, no. 2 (2023): 78–93.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.
- . *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012.
- Uliya, Zahrotul, Trian Zuhadi, dan Mahyarni. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Kota Bengkalis).” *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking* 1, no. 2 (2023): 106–114.
- Utami, Dwi Indah dan Nurul Hidayah. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2022): 102–111.
- Wahyuni, Endah Tri. “Pengaruh Labelisasi Halal, Testimon, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023.
- Waluyo, Dwitri. “Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen, Peluang IKM Berinovasi.” *Portal Informasi Indonesia*. Diakses Maret 12, 2024. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1>.
- Widodo, Khairul Rohmad. “Pengaruh Citra Merek, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mi Indomie (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus Islam di Sukoharjo).” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022.
- Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, Rusdi, Khairunnisa, Sri Maria Puji Lestari, Dian Rachma Wijayanti, et al. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkal Pinang: CV. Science Techno Direct, 2023.
- Yanti, Ni Kadek Henita Raina, Ni Putu Cemaka Dharmadewi Atmaja, dan Daniel Manek. “Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Denpasar.” *Jurnal Emas* 5, no. 12 (2024): 102–112.
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa. *Ekonometrika (Teknik dan Aplikasi Dengan SPSS)*. Jember: Mandala Press, 2021.
- Zainuddin, Muh.Zabir, La Ode Abdul Manan, dan Hertia. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Kosmetik (Studi Kasus Toko Beauty Kendari Cabang Baruga).” *Sultra Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2022): 123–131.