

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Agama, Qur'an Kementrian. "Al Qur 'An Tajwid Dan Terjemahannya." <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/40?From=60&To=85>.
- Agus Firmansyah, Nadia Roosmalita Sari, Refki Rusyadi, Dan Ahmad Supriyadi. "Pengaruh Digital Marketing, Personal Selling, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics Di Bravo Tulungagung." *Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan* Vol. 4, No. 2 (2023). <https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/jesk/article/view/8612/2443>.
- Akbar, Mada Faisal. "The Influence Of Product Quality And Price On Purchasing Decisions At Mitraindo South Tangerang Online Shop" Vol.6, No. 2 (2020): 237–248. <https://doi.org/10.26858/Ja.V6i2.13557>.
- Akdon, Riduwan. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Al., Lisa Sien Tiani Et. "The Influence Of Price, Promotion, And Product Quality On Purchase Decisions At Pt Karsa Primapermata Nusa." *Priviet Social Sciences Journal* 3, No. 9 (2023): 10–18. <https://doi.org/10.55942/Pssj.V3i9.245>.
- Alfiatul Karimah, Dahruji. "The Influence Of Halal Literacy, Halal Labeling, Product Quality, And Price On Skincare Purchasing Decisions: The Mediating Role Of Willingness To Pay A Premium Price." *Jurnal Justisia Ekonomika* 8, No. 1 (2024): 1251–65. <https://doi.org/10.30651/Justeko.V8i2.24390>.
- Amalia, Rahmatillah, Dan Muslim. *Penguatan Ukm Halal Di Indonesia (Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah)*. 1st Ed. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota Ikapi), 2023.
- Andrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, Jumawan, M. Fadhli Nursal. *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022.
- Arraniri, Dikdik Harjadi Dan Iqbal. *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam*

- Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati Anggota, 2021.
- Asnawi, Nur. *Pemasaran Syariah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016.
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. “Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2022-2023.” *Jatim.Bps.Go.Id*. Last Modified 2022. Accessed September 14, 2024. <https://Jatim.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/2/Mzc1izi=/Jumlah-Penduduk-Menurut-Jenis-Kelamin-Dan-Kabupaten-Kota-Provinsi-Jawa-Timur.Html>.
- Bahrotul Dwi Safitri, Ahmad Syahrizal Dan Ogi Saputra. “Pengaruh Literasi Halal, Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare*.” *Journal Of Islamic Economics And Finance* 1, No. 4 (2023): 01–18.
- Budi Rahayu Tanama Putri. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, N.D.
- Budiman, Zaid Assidiki Dan Andika Nuraga. “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Haus!” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* Vo.1, No. 1 (2023): 21–31.
- C, Cooper Donald R And William Emory. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Candraningtyas, Disa, Adryan Rachman. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian *The Originote* (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Tiktok).” *Jurnal Nusa Manajemen* 1, No. Vol. 1 No. 2 (2024): Jurnal Nusa Manajemen Volume 1 Nomor 2 Juli Tahun 2024 (N.D.). <https://Jurnal.Publikacitramedia.Com/Index.Php/Jnm/Article/View/84>.
- Daga, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa Sulawesi Selatan: Global-Rci, 2017.
- Danang, Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, Dan Kasus*.

Yogyakarta: Caps, 2014.

Daruji. *Statistik*. Duta Publishing, 2017.

Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: Cv Darus Sunnah, N.D.

Dewi, Iza Safitri, Naini Rizka Amalia, Susanto, Citra Andriani, Arif Afriady. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang.” *Indonesian Accounting Research Journal* 3 (2023): 157–69.

Dkk, Mercia Karina. *Gen Z Insights: Perspective On Education*. Kota Surakarta: Unisri Press, 2021.

Duli, N. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Dwi Lestari, Musnaini, Ida Masriani. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote*.” *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, No. Vol. 3 No. 2 (2025): Maras : Jurnal Penelitian Multidisiplin, Juni 2025 (2025).
[Http://Ejournal.Lumbungpare.Org/Index.Php/Maras/Article/View/899](http://Ejournal.Lumbungpare.Org/Index.Php/Maras/Article/View/899).

Edho Maulana, Indri Setianingrum Dan Vicky F Sanjaya. “Pengaruh Strategi Pemasaran, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Lampung Utara).” *Upajiwa Dewantara* 5, No. 2 (2021).

Erdkhadifa, Rizka Agustina Permatasari And Rendra. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung.” *Mabny* Vol.02, No. 02 (2022): 99–113.
[Https://Doi.Org/10.19105/Mabny.V2i02.7070](https://doi.org/10.19105/Mabny.V2i02.7070).

Faradita Sabrina Khotijah, Nayla Putri Inayah. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Jawa Timur.” *Jurnal Media*

Akdemik Edisi Desember, No. Vol. 2 No. 12 (2024): Jurnal Media Akademik Edisi Desember (2024).

<https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1384>.

Fenti Hikmawati. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers, 2020.

Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media, 2019.

Fitri Handayani, Elwisam Elwisam, And Kumba Digdowiseiso. “The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Brand Trust On Avoskin Serum Purchasing Decisions In National University Students.” *Jurnal Syntax Admiration* Vol. 04, No. 1 (2023).

Fitria, Lulu. “Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Konsumen Di Jakarta Selatan.” Universitas Nasional, 2023.

Hardani Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Yogyakarta, 2020.

Holil Holil, Neri Susanti, Rina Trisna Yanti. “The Influence Of Price, Location And Service On Purchase Decisions At The Air Sebakul Nrl Minimarket, Bengkulu City.” *Jurnal Fokus Manajemen* 1, No. 2 (2022): 48–54. <https://doi.org/10.37676/jfm.v1i2.1880>.

Jdih Bpk. “Uu No. 8 Tahun 1999.” Accessed September 20, 2024. <http://peraturan.bpk.go.id/details/45288/uu-no-8-tahun-1999.%0d>.

Kalimah, Umi Khoirun Nisa Dan Siti. “Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Konsumen Dunia Cell, Pare-Kediri).” *Salimiya* 2, No. 4 (2021): 22–44. <https://doi.org/10.2906/salimiya.v2i4.551>. .

Keller, Philip Kotler Dan Kevin Lane. *Marketing Management*. Global Edi. Pearson, 2016.

- Kotler, P., Dan Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th Ed. New Jersey: Pearson Education Limite, 2016.
- Kotler, Philip, And Gary Armstrong. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. 16th Ed. England: Pearson Education Limite, 2016.
- Kotler, Philip, Dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13th Ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya, 2020.
- Layla Hafni, Stefani Chandra. *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Service Quality, T.T, N.D.
- Lintin, Irene Yustika. "Compas.Co.Id Bedah Data Brand Viral: *The Originote & Oatside* Dalam Markplus Conference 2024." *Compas.Co.Id*. Last Modified 2023. Accessed September 14, 2024. <https://Compas.Co.Id/Article/Data-Brand-The-Originote-Oatside-Di-Ecommerce/>.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. 3rd Ed. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Meiliana Nurnaningtias, Muhammad Aswad. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*. 5, No. 1 (2022). <https://Jurnal.Unugha.Ac.Id/Index.Php/Amn/Article/View/326>.
- Muhammad Ilham Atha Abhinaya, Anton Agus Setyawan. "The Influence Of Halal Labeling And Halal Certificate On Purchasing Decisions For Mixue Products." *Brilliant International Journal Of Management And Tourism* Vol.4, No. 1 (2024):

62–67. <https://doi.org/10.55606/Bijmt.V4i1.2650>.

- Muhammad Richo Rianto, Novita Wahyu Setyawati Dan Murti Wijayanti. “The Influence Of Product Quality On The Purchase Decision Of Msme Products During The Covid-19 Pandemic.” *International Journal Of Scientific Multidisciplinary Research* 1, No. 5 (2023): 497–512. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/Ijsmr/article/view/4770>.
- Mukhsin, Abdullah Hadi And Moh. “The Influence Of Halal Labeling, Product Quality, And Price On Purchasing Decisions For Tteokbokki Products.” *Kne Social Sciences* (2024). <https://doi.org/10.18502/Kss.V9i16.16230>.
- Nurlaela, . A. Muh. Arfah Pettenreng, Abd. Haris Hamid. *Produk Halal: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almada, 2021.
- Nurrohmi Ambar Tasriastuti, Rudika Harminingtyas, Maduretno Widowati. “The Influence Of Price, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), And Brand Image On Purchasing Decisions In Shopee E-Commerce Platform.” *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 19, No. 1 (2024). <https://doi.org/10.34152/Fe.19.1.111-118>.
- Perdana, Yuni Sitta And M Alkadri. “The Influence Of Consumer Perceptions About Price, Product Quality And Service Quality Towards Purchasing Decisions (At Janji Jiwa Bengkalis).” *Jurnal Inovasi Bisnis* 01, No. 1 (2021): 14–17. <https://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/Ibimk/article/view/1877>.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. *Principles Of Marketing Global Edition*. Edited By Pearson. 18th Ed., 2022. <https://z-lib.id/book/principles-of-marketing-global-edition>.
- Priangani, Ade. “Faktor-Faktor Harga, Lokasi Dan Kualitas Bangunan Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Pt. Anugrah Alam Properti (Studi Kasus perumahan Muhajirin Asri).” *Jurnal Kebangsaan* 2 4 (2023).
- Putri Indah Lestari, Agus Supriyanto. “Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi

- Z: Ditinjau Dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, Dan Promosi.” *Journal Of Current Research In Business And Economics*. 1, No. 2 (2020): 12–22. <https://www.jcrbe.org/index.php/rbe/article/view/11>.
- Ramly, Cut Tari Fadila And Ar Royyan. “The Influence Of Halal Label, Product Quality, And Price On Purchasing Decisions.” *Journal Of Finance And Islamic Banking* 3 Vol.3, No. 1 (2020): 95–133. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/jfib/article/view/2627>.
- Razak, Mazhur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Rengkung, Antonius Brian Regar And Leonardus R. “Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakery Dan Holland Bakery Di Manado” (2015).
- Republik Indonesia N. “Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan.” *Pub. L. No. 69*. Last Modified 1999. Accessed September 20, 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/54404>.
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss*. Cv. Wade Group Jl, 2016.
- Rozza, Rifa Amalia Dan Dr. Sylvia. “Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Dan Kosmetik Halal (Studi Pada Generasi Z Di Dki Jakarta)” 9, No. 2 (2022).
- Sa, Halimatus, And Elok Fitriani Rafikasari. “Pengaruh Labelisasi Halal , Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening The Effect Of Halal Labelization , Brand Image And Information Quality On Purchase Decisions For Scarlett Whitening Products” 5 (2022): 129–136. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/view/2366/1572>.
- Saida Zainurossalamia Za. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being*. Pearson, 2017.

- Subagiyo, Rokhmat. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan*. Alim's Publishing, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2020.
- Suhart, E. *Pemasaran Produk Halal Di Indonesia*. Rajawali Pers, 2019.
- Sula, Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir. *Syariah Marketing*. Pt Mizan Pustaka, 2006.
- Sunarsi, Sidik Priadana Dan Denok. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st. Ed. Pascal Books, 2021.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, Dan Kasus*. Caps (Center Of Academic Publishing Service), 2014.
- Surur, Misbakhus, Agus Eko Sujianto, Sayyid Ali, Rahmatullah Tulungagung, Alamat Surat, Fitur Produk, Promosi Syariah, And Keputusan Pembelian. "Kualitas Produk , Fitur Produk , Merek Dan Promosi Syariah Dalam Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Uniqcell Dlanggu" Xiii, No. 1 (2022): 221–236. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/425569-None-781ac094.Pdf>.
- Timur, Dinas Kominfo Provinsi Jawa. "Profil Jawa Timur." *Jatimprov.Go.Id*. Last Modified 2024. <https://Jatimprov.Go.Id/Profile>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Universitas Sampoerna. "Ruang Lingkup Penelitian: Pengertian, Cara Menentukan, Dan Contoh." *Sampoernauniversity.Ac.Id*. Last Modified 2024. Accessed September 17, 2024. <https://Www.Sampoernauniversity.Ac.Id/Id/Ruang-Lingkup-Penelitian-Pengertian-Cara-Menentukan-Dan-Contoh/>.
- Universitas Slamet Riyadi. "Karakteristik & Tantangan Generasi Z Di Indonesia." *Prodi Ilmu Administrasi Negara*. Last Modified 2024. Accessed September 14, 2024. <https://Fisip.Unisri.Ac.Id/Karakteristik-Tantangan-Generasi-Z-Di-Indonesia/>.
- Valentina Ainun Nabila, Muhammad Alhada Fuadilah Habib. "Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty.” *Jurnal Mirai Management* 8, No. 2 (2023).
<https://Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Mirai/Article/View/4836>.

Wulandari, Nur Aisyah Indarningsih And Suci. “Halal Labelization, Word Of Mouth And Halal Awareness On Purchase Decisions Of Pharmaceutical Products (Case Study Of Yogyakarta Muslim Students).” *Journal Of Halal Product And Research* 6, No. 1 (2023): 11–21. <https://E-Journal.Unair.Ac.Id/Jhpr/Article/View/42710>.

Yuswohady. *Marketing To The Middle Class Muslim*. Jakarta, 2015.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya., N.D.

“The Originote.” *Theoriginote.Id*. <https://Theoriginote.Id/About>.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014.