

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I Gede Golden dan Ni Nyoman Karta Yasa. 2024. Niat Beli Ulang: Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk. Jawa Tengah: PT Media Pustaka Indo.
- Adinugrah, Hendri Hermawan, *Perkembangan Industri Halal Di Indoensia*, 2019, XIII<<http://repository.unsada.ac.id/3803/%0Ahttp://repository.unsada.ac.id/3803/1/BAB-01.pdf>>
- Ampere, Dina, Irmiah Nurul Rangkuti, dan Siti Wahidah. 2023. Konsumen Dalam Prespektif Pendidikan. Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung.
- Adinugrah, Hendri Hermawan, *Perkembangan Industri Halal Di Indoensia*, 2019, XIII
<<http://repository.unsada.ac.id/3803/%0Ahttp://repository.unsada.ac.id/3803/1/BAB-01.pdf>>
- Anam, Muhammad Syariful, Dian Luthvita Nadila, Tara Ayu Anindita, and Rina Rosia, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra’, *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4.1 (2020), pp. 120–36, doi:10.36778/jesya.v4i1.277
- Ariadi, Bambang Sugeng, dkk. 2020. *Perlindungan Konsumen Muslim atas Produk Halal*. CV. Jakad Media: Surabaya.
- Asmini, A, S Suprianto, and M Akmal, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Konsumen Di Indomaret Kelurahan Bugis)’, *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 1.2 (2021), pp. 170–77, doi:10.58406/samalewa.v1i2.470
- Astiti, Ni Made Ayu Gemuh Rasa, dkk. 2023. *Pentingnya Kemasan dalam Kemasan Produk*. Scopindo Media Pustaka: Surabaya.
- BPOM, ‘Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022

- Tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika’, *Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia*, 2022, pp. 1–33
- Budiarto, Iod sulivyo, ‘Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Bakery And Cake Pada Masyarakat Di Citra Raya Cikupa Kabupaten Tangerang 2019/2020’, *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 24.11 (2020), pp. 2790–2805
- Caniago, Aspizain, and Agung Edi Rustanto, ‘Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta’, *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15.3 (2022), pp. 367–78, doi:10.35508/jom.v15i3.7368
- Dermawan, Didit, dkk. 2023. *Strategi Marketing Era 5.0*. Yayasan Cendekia Mulia Mandiri: Batam.
- Deviyanti, Fitriani Latief, and Nurhaeda, ‘Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Cosmetic Sungguminasa’, *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1.1 (2023), pp. 103–13
- Edi Wibowo, Dwi, and Benny Diah Madusari, ‘Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan’, *Indonesia Journal of Halal*, 1.1 (2018), p. 73, doi:10.14710/halal.v1i1.3400
- El-Farobie, Fawwaz, Muharir, and Bagus Setiawan, ‘Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang)’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1.2 (2021), p. 118
- Elida, Tety, and Ari Raharjo, *Pemasarah Digital*, 2019th edn (PT Penerbit IPB Pres, 2015)
- Erliani, Lilik, and Cucu Sobiroh, ‘Studi Komparasi Fatwa Mui No: Kep-018/Mui/I/1989 Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang

- Ketentuan Jaminan Produk Halal', 2 (2022), pp. 15–28
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Cv Budi Utama: Yogyakarta.
- Gunandi, Stephanie Patricia Prasetyo dan Ariawan, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kecantikan Tidak Terdaftar Bpom Yang Beredar Di Ecommerce', 5.8 (2024), pp. 1–15
- H. Rifa'i, Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 2021
- Hapsari, Berliana Citra, and Sri Rahayu Tri Astuti, 'Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online Lazada Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening', *Diponegoro Journal of Management*, 11.2 (2022), pp. 1–15
<<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>>
- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sumarsi, and I, *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*, Pascal Books (Pascal Books, 2022)
<<http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>>
- HS, Mastuki. 2024. *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*.), dalam <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar>
[03w0yt#:~:text=daripada%20Indonesia%3F%22,Mengacu%20data%20demografis%2C%20memang%20benar%20bahwa%20penduduk%20muslim%20Indonesia%20saat,berjumlah%20269%2C6%20juta%20jiwa](https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar), diakses 7 September 2024
- Imanudin, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Citra Makmur Sejahtera', *Jurnal Indonesia Membangun*, 20.2 (2021), pp. 54–63 <<https://jurnal.inaba.ac.id/>>
- Indah Purwaningsih, Mochammad Munir Rachman, 'Pengaruh Kualitas Produk,

- Citra Merek Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina', 1.1 (2020), pp. 369–75
- Indonesia, Departemen Agama Republik, *Al Qur'an Dan Terjrmah Edisi Penyempurnaan* (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019)
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press: Surabaya.
- Indrawati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, and Dkk, *Perilaku Konsumen, Widina Bhakti Persada Bandung*, 2021, v
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. PT Indeks: Jakarta.
- Kusnanto, Danang, dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Mencapai Target*. CV. Adanu Abimayu: Jawa Barat.
- Limanseto, Haryo. 2024. *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. dalam <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->, diakses pada tanggal 7 September 2024
- Harjadi, Didik dan Arraniri, Iqbal. 2021. *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Keputusan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania: Cirebon.
- M Haqqi An Nazili Lubis, Ahmad Kholil, Anriza Witi Nasution, 'Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam', *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 9.2 (2023), pp. 124–36
- Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif, Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas*

Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, 2021

Maharani, Olivia Estri, and Joko Fitra, ‘Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie Di Kabupaten Kebumen’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5.4 (2023), pp. 451–64, doi:10.32639/jimmba.v5i4.477

Marimin, Agus, Yesynovia Ashari, Tino Feri Efendi, and Tutik Agustini, ‘PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER ISSN Online : 2654-6590 | ISSN Cetak : 2654-5306 Analisis Pengaruh Promosi , Label Halal Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Kesehatan Dan Kecantikan Emina PROSIDING SEMINAR NASIONAL & ’, 6.1, pp. 112–22

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, ‘UU No.33 Tahun 2014 (2014)’, *UU No.33 Tahun 2014*, 1, 2014
<<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>>

Mubarak, Reza, *Pengantar Ekonometrika Edisi Pertama*, 2021

Nugroho, Poso, dkk. 2024. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik. Journal of Trends Economics and Accounting Research*, Vol. 4 No. 4.

Nurhayati. 2023. *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. NEM: Jawa Tengah.

Nurita, Dewi. 2023. *Kemenag Jelaskan Filosofi Logo Label Halal Baru Mirip Gunungan Wayang*. dalam <https://nasional.tempo.co/read/1570311/kemenag-jelaskan-filosofi-logo-label-halal-baru-mirip-gunungan-wayang>, diakses pada 12 September 2023

Pahmi. 2024. *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka:

Pemerintah Indonesia. 2014. *Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2014 Tentang*

Jaminan Produk Halal.

Purwanto, Nuri, dkk. 2018. *Theory Of Planned Behavior*. CV. Literasi Nusantara Abadi: Malang.

Qodir, Abdul, and Ahmad Muhim, ‘Peran Produsen Dalam Melindungi Konsumen Melalui Sertifikasi Halal Produk’, *International Journal Mathla’ul Anwar of Halal Issues*, 4.1 (2024), pp. 67–75, doi:10.30653/ijma.202441.107

Sahrin, Emi Qomariah dan Febriyah, Anisya. 2021. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. CV. Penerbit Qiara Media: Jawa Timur.

Ramey, Agnes, and Rooroh Jeffrio, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Terios Pada PT Astra Internasional Tbk Cabang Malalayang Manado’, 3.1 (2022), pp. 158–71
<<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/203>>

Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Gurupendidikan.Com, 2021
<<https://www.gurupendidikan.co.id/metode-penelitian-kuantitatif/>>

Rifqi, Aditya, dan Nurul Sriminarti. 2025. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare*. Journal of Business and Economics Research (JBE): 169

Sahir, Syafrida Hafni, Eka Dewi, and Setia Tarigan, ‘Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan’, 3.1 (2016), pp. 1–15

Sani, Sri Aderafika, Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Rima Rizki Syahputri, and Vega Liana, ‘Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening’, *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4.5 (2022), pp. 1327–42, doi:10.47467/alkharaj.v4i5.931

- Santika Budi, Putu Vhisnu Dharma dan Kerta Yasa, Ni Nyoman. 2023. *Kualitas Produk, Keputusan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. PT Media Pustaka Indo: Jawa Tengah.
- Setyaningrum, Putri Mei. 2024. “Mungulik Kisah Perjalanan Brand Living Viva Cosmetics: Kosmetik ‘Made in Indonesia’ Pertama dalam <https://olenka.id/mengulik-kisah-perjalanan-brand-living-viva-cosmetics-kosmetik-made-in-indonesia-pertama/all>, diakses 15 November 2024
- Shihab, M Quraish, ‘Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur’an Vol 3’, V, 15 (2009), p. 203
- Sidik, Priadana dan Sunarsi, Denok. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books: Tangerang.
- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, and others, *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 2021
- Sonia Cipta Wahyurini, and Nurvita Trianasari, ‘Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah’, *Jurnal Mitra Manajemen*, 4.1 (2020), pp. 39–50, doi:10.52160/ejmm.v4i1.321
- Sugiyono, Dr., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Alfabeta, Bandung, 2013)
- Sukmawati, Novita, and Sri Rejeki Ekasasi, ‘Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy’, *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1.1 (2020), pp. 17–28 <<http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>>
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS
- Suwartini dan Sumiyati. 2019. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Andi: Yogyakarta.

- Tua, Geo Vanny Maruli, Andri, and Ira Meike Andariyani, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru', *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.04 (2022), pp. 140–54, doi:10.56127/jukim.v1i04.266
- Yulia, Lady, 'Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal', *Jurnal Bisnis Islam*, 8.1 (2019), pp. 121–62
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa, *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, 2021
- Zainuddin, Muh.Zabir, La Ode Abdul Manan, and 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*, 3.2 (2022), pp. 1–23