

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, Irma, Andriansyah, dan Muhammad Rusdi. 2024. "Peran Labelisasi Halal dan Persepsi Kehalalan dalam Pembentukan Loyalitas Konsumen Kosmetik." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Halal Studies* 6, no. 1: 55-67.
- Andjarwati, Anik Lestari, dan Hilmiyatul Makkiyah. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal terhadap Niat Beli Ulang Kosmetik Lokal dengan Mediasi Pengalaman Pelanggan." *Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 2.
- Anggita, Ajeng Dwi, dan Budi Astuti. 2023. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Religiusitas terhadap Niat Beli dengan Mediasi Kepercayaan pada Produk Kosmetik Halal." *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Kewirausahaan* 11, no. 1.
- Aprilianto, Fajar, dan Apri Putri Nur Muhliza. 2025. "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pria Kahf." *Journal of Islamic Economic Development and Innovation* 5, no. 1: 55-58.
- Asmara Nst, M. Oloan, dan Suri Amalia. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 1: 667.
- Asy'ari, Muhammad. 2016. *Pemasaran Produk Halal: Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: UII Press.
- Azis, Dian Ai'syah, dan Moh Mukhsin. 2024. "Pengaruh Harga dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik SK II." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 5, no. 2.
- Az-zahra, Annisah Shinta, dan Hariadi Hadisuwarno. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 1.
- Bahrudin, Moh., Heni Noviarita, dan Siti Rohamah. 2021. "Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Akuntansi* 4, no. 8.
- Bancin, John Budiman. 2021. *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

- Christalisana, Chandra. 2018. "Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan pada Proyek di Kabupaten Pandeglang." *Jurnal Fondasi* 7, no. 1: 91.
- Dewi Ira Agustin dan Dyah Pravitasari, 2025, "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Brand Image terhadap Minat Beli Mahasiswa FEBI UIN Satu Tulungagung pada Produk Kosmetik OMG," *Ekono Insentif* 19, no. 1: 68.
- Dharma, Ngakan Putu Surya Adi, dan I Putu Gde Sukaatmadja. 2015 "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple." *E Jurnal Manajemen Unud* 4, no. 1: 3328.
- Effiyaldi Yaldi, dkk. 2022. "Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2: 95-96.
- Ewit, dan Nurfa. 2024. "Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik." *Aksioreligia: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 1: 15.
- Fadlullah Hana, Kharis. 2022. "Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Konsumen." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no. 2: 208.
- Fauzi, Ika Nur. 2024. *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Facial Foam Kahf*. Skripsi, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan.
- Firmansyah, M. Anang. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UM Surabaya.
2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Didik, dan Aiga Dwi. 2022. "Pengaruh Label Halal, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi melalui Brand Image dan Brand Trust." *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 1.
- Hadihah, Dinda Tri, Mulyadi, dan Adisthy Shabrina Nurqamarani. 2020. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada

- Produk Minuman Vitamin C (Studi Kasus pada Produk You C 1000 di Kota Samarinda).” *Ekonomia* 9, no. 3: 3.
- Hermawan, Dedi Joko. 2021. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 9, no. 2: 103.
- Indrasari, Meithana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Intan Puspitasari, dan Arif Hidayat. 2022. “Pengaruh Brand Image, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 11, no. 5: 1-15.
- Irmansyah. 2021. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jason, Michael. 2025. *Analisis Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf di Jakarta Selatan*. Skripsi, Universitas Bakrie.
- Kahf Indonesia. “Our Story.” Kahf Everyday. Diakses 2 Juli 2025. <https://kahfeveryday.com/our-story/>.
- Kambolong, Makmur, dkk. 2022. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: CV. Penerbit Quara Media.
- Keller, Kevin Lane, dan Philip Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. 2000. *Manajemen Merek Strategis: Membangun, Mengukur, dan Mengelola Ekuitas Merek*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. 2000. *Manajemen Merek Strategis: Membangun, Mengukur, dan Mengelola Ekuitas Merek*. Edisi ke-4. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Heru. 2021. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Sleman: Deepublish Publisher.

- LPPOM MUI. 2020. *Sertifikasi Halal dan Jaminan Produk Halal*. Diakses 30 Mei 2025. <https://www.halalmui.org>.
- Lubis, Aulia. 2018. *Manajemen Pemasaran Produk Halal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lubis, Fitri Amelia, dan Dwi Anggraini Harahap. 2021. "Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 9, no. 2: 137-146.
- Makkiyah, Hilmiyatul, dan Anik Lestari Andjarwati. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal terhadap Niat Beli Ulang Kosmetik Lokal dengan Mediasi Pengalaman Pelanggan." *Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 2.
- Makmur Kambolong, dkk. 2022. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: CV. Penerbit Quara Media.
- Mazhur Razak. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Muhliza, Apri Putri Nur, Fajar Aprilianto, dan Silvia Citra Utami Salama. 2025. "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pria Kahf: Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang." *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)* 5, no. 1: 36.
- Mukhsin, Moh., dan Sheila Annisa. 2024. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 5, no. 1.
- Meitiana M., 2017, "Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior," *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no. 1: 16-17
- Nasution, Muhammad Arif, dan Irwandi Effendi. 2020. "Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen Muslim." *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1: 67.
- Nasution, Pebriani, Syamsul Effendi, dan Eli Agustami. 2022. "Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kecamatan Barumun." *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 1: 68-75.
- Ngakan Putu Surya Adi Dharma dan I Putu Gde Sukaatmadja. 2015. "Pengaruh

- Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple.” *E jurnal Manajemen Unud* 4, no. 1: 3328.
- NU Online, “Qs At-Taubah Ayat 8: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap,” accessed July 3, 2025, <https://quran.nu.or.id/at-taubah/8>.
- Nurjamin, Ahmad Kusuma. 2022. *Pengaruh Perceived Value, Brand Image, Religious Belief dan Halal Certification terhadap Minat Beli Produk Perawatan Pria (Studi Produk Kahf)*. Tesis, Telkom University.
- Othman, Mohamed Nor, Yusniza Kamarulzaman, dan Nur Adilah Md Nor. 2017. “The Influence of Halal Certification on Consumer Purchase Intention: A Study on Indonesian Consumers.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 19, no. 1: 11-18.
- Pambudi, Ahmad Rofi’, dan Sigit Aji Wibowo. 2021. “Persepsi Label Halal dan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah* 5, no. 2.
- Pambudi, Asep. 2018. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 2: 49.
- Purwanto, Agus, Md. Golam Haque, Dedi Sunarsi, dan M. Asbari. 2021. “The Role of Brand Image, Food Safety, Awareness, Certification on Halal Food Purchase Intention: An Empirical Study on Indonesian Consumers.” *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2, no. 3: 42-52.
- Rahman, Arif, dan Anisa Wulandari. 2022. “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (JIEBI)* 7, no. 1: 51-53.
- Rizal, Ahmad. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Jakarta: CV Budi Utama.
- Rohamah, Siti, Moh. Bahrudin, dan Heni Noviarita. 2021. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Akuntansi* 4, no. 8.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk Wisenblit. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Angkasa.
- Statista. 2025. *Men's Skincare Market Revenue Worldwide 2020–2025*. Diakses 12 Mei 2025. <https://www.statista.com/statistics/1127402/global-mens-skincare-market-size/>.
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Pemasaran dan Perilaku Konsumen I*. Yogyakarta: Ruko Jambusari.
- Supranto, J. 1990. *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Taan, Hapsawati. 2020. "Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 8: 90.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Milna Asmarita Tri, dan Murwani Eko Astuti. 2023. "Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Upajiwa Dewantara: Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 2, no. 1.
- Valensia Alvionita Wijaya dan Roswita Oktavianti. 2018. "Pengaruh Brand Image E-Commerce terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Pelanggan Tokopedia)." *Prologia* 2, no. 2: 533.
- Wibowo, Heru Setiawan, Rian Atmaja, Iqbal Saleh, dan Dedy Taufikkurrohman. 2025. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM." *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 13, no. 1: 287-297.

- Yaldi, Dita Amelia, dkk. 2020. “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Medan.” *Jurnal Manajemen* 7.
- Yaldi, Effiyaldi, dkk. 2022. “Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2: 95-96.
- Yusuf, Mohammad, Dina Amaliah, dan Zulpawati. 2024. “Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Skincare melalui Aplikasi TikTok pada Masyarakat di Kota Mataram.” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 7, no. 1.
- Zahra Azis, Dian Ai'syah, dan Moh Mukhsin. 2024. “Pengaruh Harga dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik SK II.” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 5, no. 2.
- Zulkarnain, Putri Handayani, dan Sari Rahmawati. 2021. “Pengaruh Harga, Brand Image, dan Label Halal terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal di Kalangan Mahasiswi.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 9, no. 2: 89-101.