DAFTAR PUSTAKA

Afwan, Mukhammad Teguh dan Suryono Budi Santosa. 2020. Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel ….. Journal of Management, (Vol. 9 No.2).

Alfian, I. 2017. Analisis Pengaruh Label Hala, Brand, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. At-Tawassuth. Vol.2 No.3

Amelia, Yulia, Abrista Devi dan Noneng Siti Rosidah. 2024. *The Influence of Halal Certification, Brand, and Price on Purchasing Decisions and Consumer Satisfaction of Halal Cosmetic Products*. Halal and Sustainability, (Vol. 2 No. 1).

Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelan Motor Honda. (Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 13 No. 2)

Anandia, Rizky dan Suryono Budi Santoso.20215. Analisa pengaruh desain produk, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap citra merek untuk meningkatkan minat beli konsumen sepatu adidas original (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang), (Semarang).

Andiansyah,Yusuf Rois Aridfin, dan Afi Rachmad S. Pengaruh Label Halal, Citra

Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang. (Jurnal Riset Manajemen).

Anggraini, Novita, Qadariah Barkah dan Titin Hartini. 2020. Pengaruh Promosi, Harga, KualitasProduk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. (Jurnal Neraca, Vol. 4 No.1).

Angipora, M. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. (PT. Raja Grafindo Persada)

Assauri, S. 2012. Manajemen Pemasaran. (Gramedia Pustaka Utama).

Aswad, Muhammad. 2022. Pengaruh Islamic Branding, Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, (CV. Ulil Albab Corp, Vol. 1, No. 4).

Azizah, Siti Nur. 2021. Politik Hukum produk Halal Di Indonesia, (CV. Jakad Media Publishing, Surabaya).

Bawono, Anton. 2018. Ekonomitrika Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews. (IAIN Salatiga).

BPOM Yogyakarta, Mengenal Kosmetik dan Penggunaannya. (Yogyakarta) https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html diakses pada 1 Januari 2024

Bulan, T dan Rizal. M. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tumiang. (Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, (Vol. 5. No. 1).

Erwin. 2024. Perilaku Konsumen Di Era Modern, (Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang:)

F, Joseph, Hair Jr, et. All.2014. Multivariate Data Analysis, (United Kingdom: Pearson)

Fahira, Sarah, Tuti Hartati, dan Hafniza Amir. 2019.Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Poloteknik Negeri Jakarta). (Epigram, Vol. 16 No. 2)

Ghozali, I. 2012. Aplikasi dengan program SPSS 20. (Universitas Diponegoro)

Ghozali. I. 2011. Aplikasi Analisis Muiltivariate dengan Progam IBM SPSS 19. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro).

Handayani, Irwany. 2022. *The Effect Of Halal Label, Product Quality, Brand Image, And Promotion On The Purchase Decision Of Herbal Products*. Journal Of Management And Islamic Finance, (Surakarta, Vol. 2 No. 1).

Handoko. 2013.Manajemen (Edisi Kedua). (BPFE)

Heriyanto, I. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship, Vol. 9 No. 2.

Hidayat, Wanda Gema Prasadio Akbar. 2023. Pengaruh Label Halal Dan Kualitas

Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah Dengan Menggunakan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Keislaman. (Universitas Multimedia Nusantara, Vol. 6 No. 1)

Husna, Nurul dan T Meldi Kesuma. 2024. *The Influence of Electronic Word of Mouth and Halal Labeling on the Purchase Intention of Somethinc Skincare with Brand Image as a Mediating Variable in Universitas Syiah Kuala Students*. International Journal of Kita Kreatif, (V0l. 1 No. 2).

Keller, K. P. and K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Edisi ke 1). (Erlangga.)

Kotler, P dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. (Erlangga).

Kotler, P dan Keller K, L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid I dan 2*. (Erlangga)

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012.*Dasar-dasar Pemasaran*. (Indeks Gramedia).

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile).

Kotler, Philip.2005. Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II (PT. Indeks, Jakarta).

Lestari, Fitra, L Ritia, IN Riandika dan A Mas'ari. 2022. *Impact of halal labeling on brand image on cosmetic product*. 2020 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM).

LPPOM MUI, Kenapa Harus Logo Halal MUI. (Bogor, Jawa Barat) https://halalmui.org/kenapa-harus-logo-halal-mui/ diakses pada 7 Agustus 2024.

LPPOM MUI, Tentang Produk Halal. (Bogor, Jawa Barat) https://halalmui.org/tentang-produk-halal/ diakses pada 7 Agutus 2024.

Meliantari, Dian. 2023. Produk Dan Merek (Suatu Pengantar),(CV. Eureka Media Aksara, Jawa Tengah).

Muslih, Muhammad Irfan Nasution, dan Kiky Mentari. 2021.*The influence of celebrity endorser and product quality on purchase decisions through brand image as intervening variables in" wardah" cosmetics*. Proceeding International Seminar of Islamic Studies, (Vol. 2 No. 1)

Nadha, C. 2020. *Mengapa Kosmetik Harus Halal?.* (2020) https://halalmui.org/mengapa-kosmetik-harushalal/

Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber *(Cyber Media).* (Kencana Prenada Media group, Jakarta).

Nugraha, Jefri Putri. 2021. TeoriPerilaku Konsumen, (PT. Nasya Expanding Management, Bojong).

Nur'aeni. 2021. Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Vol. 10, No. 2. (Program Studi Manajemen, FEBIS, UPB).

Pasal 1 ayat (5), Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.

Purba, Wellyn Sinta Maria Syahfirin Abdullah, dan Edison Cholia Sembiring. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variable Moderating. Jurnal

Syntax Transformation, (Fakultas Manajemen Universitas Sahid, Jakarta. Vol. 2, No. 11).

Putra, Giardo Permadi, zainul arifin, sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 48 No. 8. (administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.)

Rahmadani, G. 2015. Halal dan Haram Dalam Islam. Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum, (Vol. 2 No. 1).

Ramadhan, Zikri dan Faizi Faizi. 2023. *Determinants of Purchase Decision on Halal Product: The Mediating Effect of Halal Certification*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, (Vol. 5 No. 2).

Sabila, Inka. 2024. Pengaruh Beauty Influencer, Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine dengan Citra Merek sebagai variabel Intervening. (Pekalongan)

Sahir, Syafrida Hafni. 2021. Metodologi Penelitian, ed. oleh Try Koryati, I (KBM Indonesia, Jogjakarta)

Saputri, Ari Dewi dan Agung Guritno. 2021. *The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables*. Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB) 1, (IAIN Salatiga).

Saputro, J.D.H. , I.P. Wilujeng & H. Pratikto. 2021. *The influence of halal*

awareness and halal certificate on purchase intention through brand image. Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges – Pratikto et al (eds), (Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia).

Satria, D. A. 2021. Makanan Halal Perspektif Majlis Ulama Indonesia (MUI) Di Kota Palangka Raya. Profetika: Jurnal Studi Islam, (Vol. 22 No. 2)

Septiani, S dan R. Indraswari. 2018. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. Jurnal Manajemen dan Organisasi. (Vol. 9 No. 1) https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.25370

Setiawan, Joko. 2023. Apa itu Shopee. (Konigle)

https://konigle.com/p/apa-itushopee diakses pada 1 Januari 2024.

Sinamora, H. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional (Cet 1 Jili)*. (Salemba Empat).

Soehartono, Irawan. 2008. Metode Penelitian Sosial, (PT Remaja Rosdakarya, Bandung).

Sonata, Ilham dan Aisyah Burning. 2019. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Membeli Kosmetik Lipstik Wardah (Study pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Sumatera Utara. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis. (Universitas Islam Sumatera Utara, Vol. 4 No. 2).

Subagiyo, Rokhmat. (2017). Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan. (Alim‟s Publishing).

Sudarno, Yuliana dan Supri Wahyu Utomo. 2014. Pengaruh kualitas produk harga

iklan terhadap keputusan pembelian pada dealer MPM motor Madiun. (Jurnal Akuntansi dan pendidikan. Vol. 3 No. 1:)

Sudaryono. 2014. Aplikasi Statistika Untuk Penelitian. (Lentera Ilmu Cendekia).

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Alfabet, Bandung).

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kualitatif dan R&D. (Alfabeta).

Sugiyono. 2007. Statistika Untuk Penelitian, (Alfabeta, Bandung).

Tatasari, Titis Ahmad Rizki Sridadi, Dian Ekowati. 2024. *The Influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty Through Brand Image as A Mediation Variable on Consumers Of" B_ERL COSMETIC" Products in Shopee Marketplace*. International Journal of Economics, Accounting and Management (Vol. 1 No. 2).

Tim Penyusun Pedoman Skripsi. 2014. Pedoman Skripsi. (Tulungagung: IAIN Tulungagung).

Tjiptono. 2008 *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); Edisi ke 4).

Wandhini, Amalia Fiqia dan Budi Utomo. 2024. *The Effect of Halal Certification, Product Quality and Price on the Purchase Decision of Make Over Cosmetics in Semarang Regency with Brand Image as an Intervening Variable*. Bina Bangsa International Journal of Business and Management, (Vol. 4 No. 2).

Wijaya. 2013. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik. (Graha Ilmu).