

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P. R. (2021). "Pengaruh *Brand Image* dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Muslimah Ippnu Kabupaten Mojokerto. *Al Iqtishadiyah*" *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 63-76.
- Amilia, S. (2017). "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Annisa, N., Roswaty, R., & Setiawan, B. (2020). "Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kosmetik Sari Ayu di *Outlet Mall Palembang Icon*." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 56-65.
- Arianti, B. F. (2020). "Pengaruh Pendapatan dan Perilaku Keuangan terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13-36.
- Ayuniah, P. (2018). "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Bakar, V. L. A., & Pantawis, S. (2019). "Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Properti Komersial dan Keputusan Investasi di Kota Semarang." *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 138-147.
- Dana, Aji Satya. 2015. "Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Tingkat Pendapatan terhadap Minat Beli Produk Jasa Hiburan dan Rekreasi di Provinsi Yogyakarta." *Skripsi*. Yogyakarta: UNY.
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra *Hand and Body Lotion* di Pariaman." *Jurnal riset manajemen bisnis dan publik*, 3(1).
- Fibrianti, N. S., Chotimah, N., & Kholiq, A. (2021). "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Kalangan Mahasiswi IKIP Muhammadiyah Maumere." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(03), 74-81.
- Gobiz.co.id. (2020). *Strategi Pemasaran Word of Mouth untuk Meningkatkan Penjualan*. [Online] Tersedia: <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/strategi-pemasaran-word-of-mouth/>. [1 November 2021]
- Habibah, U. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura." *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(01).
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). "Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang pada Kosmetik Wardah." *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40-52.

- Handayani, R., & Maulidah, S. (2021). "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Toko Ranum Kosmetik Amuntai." *Inovatif*, 3(1).
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). "Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Katadata. (2020). *50 Merek Lokal Paling Populer*. [Online] Tersedia: <https://katadata.co.id/merek-lokal>. [1 November 2021]
- Kiki, J. (2018). "Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media *Online Shop* Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)." *Jurnal Valuta*, 4(1), 2502-1419.
- Kompasiana. (2020). *Kecantikan Menjadi Gaya Hidup Sehingga Mendorong Industri Kosmetik di Indonesia*. [Online] Tersedia: [Kecantikan Menjadi Gaya Hidup Sehingga Mendorong Industri Kosmetik di Indonesia Halaman 1 - Kompasiana.com](https://kompasiana.com) [1 November 2021].
- Koran.tempo.co. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. [Online] Tersedia: <https://koran.tempo.co/amp/ekonomi-dan-bisnis/449594/perubahan-gaya-hidup-dorong-industri-kosmetik> [1 November 2021]
- Kurniawati, N. I. (2020). "Analisis Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MakeOver Kota Semarang." *In Forum Ekonomi* Vol. 22, No. 2, pp. 286-295.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). "Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145-154.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon *Technology And Innovation*." *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59-72.
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). "Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 263-273.
- Maryati, W. R. (2013). "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Konsep Diri terhadap Keputusan Pembelian Produk Prabayar Simpati di Kebumen." *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1).
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). "Pengaruh *Beauty Vlogger Review* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Kosmetik Maybelline di Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Muhammad, M. J. (2021). "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe." *Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 1-11.

- Munawaroh, M., Gusteti, Y., & Resty, F. (2021). "Pengaruh *Selebrity Endorser*, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 170-180.
- Mundir, A., Nizar, M., Mustaqimah, A. R., & Faujjah, A. (2021). "Pengaruh Iklan, *Brand Image* dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Santriwati pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Asrama I Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan." *Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 1-28.
- Ngesti, A. N. (2021). "Pengaruh Harga dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MakeOver di Kota Yogyakarta." *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77-84.
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). "Hubungan Religiusitas dan Labelisasi Halal terhadap keputusan Pembelian Produk Nonmakanan dan Minuman." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Nurdin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). "Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)." *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 111-122.
- Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). "Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Prasetyo, F. H., & Anwar, M. K. (2021). "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 139-150.
- Putriani, A. (2018). "Pengaruh Atribut Produk, *Celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 142-150.
- Rakhi, H. (2019). "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).
- Rizky, R. N. (2021). "Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Halal *Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor pada Konsumen Pengguna E-Commerce Sociolla (Studi pada Mahasiswa di Universitas Brawijaya)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 9(1).
- Rohamah, S., Bahrudin, M., & Noviarita, H. (2021). "Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Kosmetik." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 593-603.
- Rohimah, R., & Apriliani, R. A. E. (2019). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1), 1-8.
- Sari, D. O., Widiartanto, W., & Listyorini, S. (2015). "Pengaruh Atribut Produk, *Celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi S-1 Fisip Undip).'' *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 186-195.
- Saragih, H. (2017). ''Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya terhadap Volume Penjualan pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan.'' *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 1(2).
- Sonata, I., & Burning, A. (2019). ''Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Konsumen Membeli Kosmetik *Lipstick* Wardah (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Sumatera Utara).'' *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*, 4(2).
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). ''Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada *Counter* Wardah di Borobudur Kediri.'' *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69-84.
- Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). ''Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame.'' *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyonno. (2010). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Susanto, T. V., Purnamasari, S. D., & Manafe, L. A. (2021). ''Pengaruh Lokasi Pemasaran dan Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Singkong Baper.'' *Jurnal Trisna Riset*, 2(1), 39-47.
- Suyanto. (2000). *Pengertian Informasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syamsiah, S. N., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). ''Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Tempeh Lumajang.'' *Journal of Organization and Business Management*, 1(1), 73-81.
- Tiana, L., Wahono, B., & Saraswati, E. (2022). ''Pengaruh Harga, Daya Tarik Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Emina (Studi Mahasiswi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2018).'' *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(12).
- Utami, A. B., Hamid, F. Z., & Onida, M. (2015). ''Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D'kranji Residence Tahap II Bekasi Barat.'' *Epigram*, 12(2).
- Widodo, R., & Andriana, A. N. (2022). ''Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda.'' *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 1(4), 263-270.
- Yunita, A. (2012). ''Pengaruh *Word of Mouth*, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen.'' *Journal of Technology Management*, 11(1), 117007.