

## DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, R. d. (2015). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik Cet-6*. Bandung: Alfabeta.
- Alanto, R. D. (t.thn.). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.3 No 1*.
- Alma, B. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Anggita Maudilla Safira, P. S. (2020). Pengaruh Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Makeover dan Emina. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Volume 3 Nomor 2*.
- Arinda Nur Maslakhah, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumen mascara Oriflame wilayah Surabaya pusat)]. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 4*.
- Ayif Fathurrahman, M. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmet (Wulandari & Iskandar)ik (Studi Kasus Pada Produk Safi). *Jurnal Ekonomi Syariah Volume. 6 Nomor 2*.
- Bancin, J. B. (2019). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2019.
- Budiantara, Z. d. (2014). *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Chairul Pua Tingga, Z. A. (2022). *Manajemen Merek*. bandung: Media Sains Indonesia.
- Darmis. (2021). *Hal-Hal Yang Mempengaruhi Harga*. Solo: Yayasan Lembaga Gumun Indonesia.
- Didik Gunawan, A. D. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. padangsimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen Vo. 6 No. 1*.
- Fenti Mayang Sari, A. M. (2018). Pengaruh Label halal dan harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Sleman: Cv Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media.

- Furaida Nur Afifah, B. M. (2019). Analisis Citraimerek, Periklanan, Wordiofimouth Terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah Di Uniba Surakarta. *Edunomika Vol. 03 No. 02*.
- hanafia, F. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik RK. *Jurnal Manajemen Organisasi dan Bisnis Vol 2 No 2*.
- Ibrahim, D. (2004). *Jual Cerdas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Islam, P. P. (t.thn.). *Ekonomi Islam/P3EI*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke 12 Jilid 2, Alih Bahasa: Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Gary. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke 13 Jilid 1. Edisi Indonesia. Alih Bahasa: Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Banten: Bintang Visitama.
- Kurniawan, A. (2009). *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta: MediaKom.
- LPPOM MUI. (2022, Januari 20). *Cek Produk halal kategori kosmetik*. Diambil kembali dari <https://www.halalmui.org/mui14/searchproduk/search/detailgroupkategori/?groupcode=30&page>
- Melinda Noviana Hasan, T. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Wanita Berhijab Di Kota Gorontalo. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Volume 3, Nomor 1*.
- Mia Adisty Amin, L. R. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 3 No. 2*.
- Miftah, A. P. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Malang: Ahlimedia Book.
- Misbahuddin, I. H. (2022). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Nindya Riezki, A. T. (2021). Pengaruh Harga dan Citra Merek Kosmetik Oriflame Terhadap Keputusan Pembelian pada Karyawati PT. Socimas. *Jurnal Bisnis Corporate Vol. 6 No. 1*.
- Nova. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Kalangan Mahasiswi Ikip Muhammadiyah Maumere” . *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, Vol 03 No 03, 55*.
- Nur Kholidah, M. A. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit Nem.
- Nurbaiti. (2023). *Kosmetologi*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Nursaimatussaddiya. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nurvita, S. C. (t.thn.). Analisa Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen Vol. 4 No.1*.
- Nurwulan Purnasari, F. H. (2020). *Serba-Serbi Mindset Halal (Kajian Mencapai Produk Kehalalan Thayyiban di Indonesia)*. Surakarta: Guepedia Group.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2. No. 1*.
- Olivia Yoestin Agriyang Gadi, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Ultima Management, Vol. 12, No. 1*.
- Pariyanti, E. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Purwantinah, A. (2021). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Jakarta: Gramedia Widiasarana indonesia.
- Rabiah, A. S. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Perawatan Diri Skincare Lokal Yang Mempengaruhi Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 11 No. 3, 727*.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rizky Desty Wulandari, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Vol.3 No.1*.

- Sahrin, Qomariah, E., & Febriyah, A. (2021). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Pasuruan: CV Penerbit Kiara Media.
- Sari, F. M., Mahkrian, A., & Buldani, K. (2018). Pengaruh Label halal dan harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1*.
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota Ikap).
- Sawiani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif cet-3*. Makasar: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Sujarweni, W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PT. Pustakabarupres.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Teguh, M. (2014). *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Triwibowo, I. H. (2018). *Path Analisis Menggunakan SPSS dan EXCEL Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi/Tesis*. Bandung: Informatika.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol VI No 2*.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta Selatan: Feb-Up Press.
- Wijaya, C. W. (2018). *The Beauty Is In You*. Bantul: CV Absolute Media.
- Wijaya, K., & dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Padang: PT Globat Eksekutif Teknologi.
- Wulandari, D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Majemen dan Bisnis Vol. 3 No. 1,*.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (t.thn.). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.
- Yuniarto, R. K. (2016). *Analisis Regresi*. jakarta: Kencana.
- Zulham. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.