

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Al Qur'an. 2019. Surat An Nahl ayat 114. Al Qur'an dan terjemah. Departemen Agama Republik Indonesia
- Alim, S. A., M. Kholid, M., & Aniesa, S. B. 2018. *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1).
- Andriani, L. 2017. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Annabi, C. A., & Ibidapo-Obe, O. O. 2017. *Halal certification organizations in the United Kingdom: an exploration of halal cosmetic certification*. *Journal of Islamic Marketing*.
- Ardiansyah, Y., Arifin, R., & Slamet, A. R. 2017. *Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(2)
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV.Afabeta.
- Fajria, I. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1).

- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi)*. JES (Jurnal Ekonomi Syariah), 6(2), 113-127.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Ghadikolaei. 2017. "The Effect of Halal Signs and Symptoms on Consumers' Purchase Intention in Muslim and Non-Muslim Countries- A Review". International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online): 2319–8028, www.ijbmi.org Volume 5 Issue 7 July. 2016 PP 44- 49, Payame Noor University, Ghaemshahr Branch, Mazandaran, Iran.
- Imamuddin, M. 2017. *Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017*. EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies, 1(1).
- Indriastuty, N., & Abdiannur, A. 2017. *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Konsumen membeli Kosmetik Pond's di Kota Balikpapan*. In Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis (pp.54-63)
- Journal.sociolla.com.2021. *Selain Wardah, Kelima Brand Kosmetik Lokal Ini Ternyata Juga Sudah Bersertifikat Halal, Lho!*. Diakses pada 19 Maret 2021, dari <https://journal.sociolla.com/beauty/brand-kosmetik-lokal-halal/>.
- Keegan, Warren. & Green, M. (2017). *Global Marketing (9th ed.)*. England: Pearson.
- Karouw, Z. E., Laoh, O. E. H., & Mandei., J. R. 2016. *Faktor Penentu Pilihan Konsumen Komoditi Pertanian Terhadap Tempat Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Manado*. Agri-Sosioekonomi, 12(1), 77–90.
- Kemenperin. 2020. *Perubahan Gaya Hidup Dorongan Industri Kosmetik*. Diakses pada 19 Maret 2021, dari

<https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/%20Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>.

- Kotler, Philip dan Keller. 2017. *Marketing Management*. Edisi 14. England : Pearson
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. 2019. *Principles of Marketing* (13th ed.). USA: Pearson education.
- Laksana, F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Depok: Khalifah Mediatama.
- LPPOM MUI. 2019. *FAQ Sertifikasi Halal*. dari <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>.
- Nasrullah, Muhammad. 2018. *Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. *Jurnal Hukum Islam*,1(1).
- NNA Business News. 2020. *Cosmetics markets in 6 Southeast Asia..* Diakses pada 19 Maret 2021, dari <https://english.nna.jp/articless/1589>.
- Padmalia, M. 2016. *Pengaruh Model 3i Marketing 3.0 terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM di Pusat Oleh-Oleh Pasar Genteng Surabaya*. Konferensi Nasional Riset Manajemen X “Akselerasi Daya Saing Menuju Keunggulan Organisasi Yang Berkelanjutan”Lombok, 20-22 September 2016.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Rumondor, P. W., Altje, L. T., & Imelda, W. J. O. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Torona di Kawangkoan*. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1102– 1112.
- Safira, A. M. dan Prabowo, P. S. 2020. *Pengaruh Kulit Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Makeover Dan Emina*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol 3 No 2. 139-151.

- Sari, R. M., & Prihartono, P. 2021. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 5(3), 1171-1184.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumiati dan Gea, D. 2021. *Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm*. Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta Vol. 16, No.1.
- Susilo, S. B. 2017. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Usus Ayam "Al-Ichya."* Simki-Economic, 1(10).
- Tjiptono, F. & Anastasia Diana. 2017. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, dan Wahyu Budi. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan pembelian (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Wijaya, Y. B. 2018. *Labelisasi Halal dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aspek Religiusitas Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Surakarta: IAIN Surakarta.