

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, A. M. dan. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Astuti, W. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT PESERTA DIDIK MELANJUTKAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN TINGGI (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung). *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal IEkonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.
- Ayustira, F. L. dan N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(1), 43–54. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Azlan Azhari, N. J. H. dan A. (2023). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(2), 239–255.
- Azqia, F. S. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Konsumen Askha Jaya*.
- Chorunisa, S. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA KOSMETIK WARDAH (Studi pada Qween Cosmetics And Perfumes Wonosobo). *Thesis. Management Major, Fakultas of Economics, Semarang States University*.
- Compas.co.id. (2023). *Pionir Kosmetik Halal, Data Penjualan Wardah Tembus Rp13.4 Miliar dalam 2 Minggu!* <https://compas.co.id/article/data-penjualan-wardah/>
- Dewi Rosa Indah, I. A. dan Z. M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Didik Gunawan et., A. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* (Nursaimatussaddiyah (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?id=O2BIEAAAQBAJ&pg=PA19&dq=dimensi+dan+indikator+label+halal&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi8yIHMt7OBAxV1WGwGH

bYkBGMQ6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=dimensi dan indikator label halal

- Dwi Imani, R., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Bambang Riono, S. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *ITAKARYA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–55. <https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA/article/view/235>
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Ghozali. (2018). *BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82–96.
- Hair, F. J., Black C., W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2018). Multivariate Data Analysis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 88. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/JAAF/article/download/363/207>
- Halila Titin Hariyanto, L. T. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hartanto, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Merek Islam, Ulasan Konsumen, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hartini, S., Kurniawati, M., & Ihwanudin, M. (2022). Customer Review: Impact On Choice Confidence, Product Attitude, And Purchase Intention. *Journal of Positive School Psychology*, 2022(8), 5977–5992. <http://journalppw.com>
- Hasyim, M., Fauzi, A., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, 43(1), 148–156.
- Hayet. (2019). *Analisis - 38 Hayet: Pengaruh Labelisasi....* 10(1), 21–38.
- Hidayat, D. I. D. L. dan R. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan

- Policies for admission of new students View project. *Ilman*, 5(July), 15–24. <https://www.researchgate.net/publication/318463783>
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., R, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). *Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 209-222 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh citra merek , harga , kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian The influence of brand . 1(1), 209–222.*
- Ismi Azizah Makrufah. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kartasura).*
- Krishermawan, K. I. dan I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kurniawati, nurul imani. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *Analisis Pengaruh Word of Mounth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang*, 22(2), 286–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Kurniawati, N. I., Pemasaran, M., & Vokasi, S. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2), 286–295. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/7449>
- Mandusari, D. E. W. dan B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>
- Mila Camelia, B. H. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Muhammad Abdan Nur, D. D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1797–1805. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7102%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/7102/3758>
- Muslimin, D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (N. Mayasari (ed.)). Get Press Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=z7jXEAAAQBAJ&pg=PA68&dq=definisi>

+populasi+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjLjuPUi7yBAxVNSmwGHYOEB1kQ6wF6BAgIEAU#v=onepage&q=definisi populasi menurut para

- Muttaqin, L. E. A. dan A. A. (2022). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Persepsi atas Produk Halal dalam Pembelia Kosmetik Halal*. 1(4), 373–387.
- Nistania, F. E. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Citra Merek, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Celebrity Endoser Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahsiswi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung* (Issue 1).
- Nurrohmah, S., Kiswati, O., Prima, A. Y., & Purbasari, D. M. (2020). Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri Dan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen (JOM)*, 1–7.
- Prasetya, K. Y. A. dkk. (2019). Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk future culture di singaraja. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 76–81.
- Pratama, A. B. (2021). *Volume 13 Issue 4 (2021) Pages 630-637 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. 13(4), 630–637. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.9890>
- Pratiwi, H. I. (2020). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERSEPSI HARGA PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Warga Surabaya Timur)*.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i1.739>
- Rachmawati, M. A. M. dan L. (2022). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. 5, 54–66.
- Rismananda, D., Zuhirsyan, M., & Fatira, M. (2021). Terhadap Kosmetik Berlabel Halal. *Polimedia*, 24, 1–12. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/polimedia/article/view/461>
- Rizky, A. (2019). Dasar – Dasar Pengambilan Keputusan. *14 Agustus, 1989*, 1–3.
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213–218. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.868>

- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). PENGARUH PEMBELIAN ONLINE DAN PEMBELIAN OFFLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada 3Second Yogyakarta). *Jurnal Konsep Bsnis Dan Manajemen*, 3(1), 130.
- Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2019). PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v5i1.709>
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi Dan Bisnis*, 82.
- Satrio Pamungkas, W. H. (2018). *Pengaruh Tarif, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink*.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Sianipar, Y. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sitompul, S. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN LABEL HALAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MELALUI REKOMENDASI KELOMPOK SEBAGAI VARIABEL MODERATING*. 7(1), 1–23.
- Sopiah, N., Suprihatin, T., & Senjati, I. H. (2018). *Pengaruh Label Halal pada Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian*. X, 50–75. <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/9091>
- Sri Ekowati, M. F. dan A. (2020). Jurnal ilmiah akuntansi, manajemen & ekonomi islam (jam-ekis) volume 3, no. 1, januari 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Sugiyono - 2015.pdf*.
- Tamara, A. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan

Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). In *Skripsi*.

Umayah, N. I. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Milagros di Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo*. 1, 430–439.

Valentina, A., Rizal, M., & Hardiningtyas, R. T. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.

Yelvita, F. S. (2022). *The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia* Diana. 14(8.5.2017), 2003–2005.

