

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Abrori, I., Agustin, T., & Sholihin, M. R. (2021). Effects of Prices, Product Quality, and Halal Labels on Repurchase Interest of Wardah at Avon Stores Purwoharjo Banyuwangi. *Internasional Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(2), 76–88.
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2019). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 227–242.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55–66.
- Astuti, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Asyarifin, N. (n.d.). *Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat pada Kosmetik di Ponorogo* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. etheses.iainponorogo.ac.id
- Ayu, I. (2021). *Industri Kosmetika Diproyeksi Tumbuh 7 Persen Tahun Ini*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210412/257/1379994/industri-kosmetika-diproyeksi-tumbuh-7-persen-tahun-ini>
- Baker, M. J. (2003). *The Marketing Book*. Butterworth-Heinemann.
- BPOM RI. (2019). *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI No. Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing* (Seventh). Pearson.
- Cnnindonesia.com. (2021). *UMKM masuk E-Commerce di RI Tambah 6,5 Juta*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210807160341-92-677709/umkm-masuk-e-commerce-di-ri-tambah-65-juta>
- Compas.co.id. (2021). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*.

- <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Darmanto, & Wirdaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Deepublish.
- Databoks. (2021). 2022, *Penjualan e-Commerce Indonesia Mencapai US\$ 16 Miliar*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>
- Fadli, R. (2021). Usia Berapa Anak Boleh Dikenalkan Dengan Skincare? <https://www.halodoc.com/artikel/usia-berapa-anak-boleh-dikenalkan-dengan-skincare>
- Febriana, B. (2021). *Di Tengah Pandemi, Penjualan Produk Skincare Kalahkan Kosmetik*. <https://www.gatra.com/detail/news/518212/ekonomi/di-tengah-pandemi-penjualan-produk-skincare-kalahkan-kosmetik>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Finpedia. (2021). Sempat Bikin Heboh, Ternyata Segini Cuan Bisnis Skincare. <https://www.finpedia.id/info-keuangan/bisnis/dr-richard-lee-skincareGhozali>,
- I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Edisi 2)*. Badan Penerbit - Undip.
- Fundrika, B. A., & Varwati, L. (2021). Tak Lagi Asal, Begini Cara Gen Z Pilih Produk Skincare. <https://www.suara.com/lifestyle/2021/10/19/133000/tak-lagi-asal-begini-cara-gen-z-pilih-produk-skincare>
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development) Uji Produk Kuantitatif dan Kualitatif Proses dan Hasil Dilengkapi Contoh Proposal Pengembangan Desain Uji Kualitatif dan Kuantitatif*. Literasi Nusantara.
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*,

1(2), 115–120.

- Ikhsan, A. (2021). *Cosmetic Ingredient Review*.
<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/sains/read/2021/01/20/070000923/-populer-sains-skincare-bahaya-merkuri-dan-hidrokuinon-syarat-vaksin-covid>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Kepuasan & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Infojabodetabek. (2019). Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Jabodetabek.
<https://www.infojabodetabek.com/luas-wilayah-dan-jumlah-penduduk-jabodetabek/>
- Kaur, K., Osman, S., Kaur, S., & Singh, J. (2018). Is Halal A Priority In Purchasing Cosmetics In Malaysia Among Muslim Malaysian Women? *International Journal of Business, Economic, and Law*, 15(3), 19–25.
- Khuwaroh, K., Widarko, A., & Anwaruddin, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Islam Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 8(5), 155–172.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing* (Eight Euro). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education.
- Lina. (2020). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*.
- Mahendri, W., Darsono, T., & Firdiansjah, A. (2020). The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decision. *Budapest International Research Dan Critics Institute-Journal*, 3(3), 1739–1746.
- Medah, M. (2010). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Partner*, 16(1), 74–81.
- Merlianti, T., & Lelawati, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 816–830.
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 25–39.
- Muchran, M., & Muchran. (2019). The Effect Of Product Quality and Price on The Decision To Purchase Halal Cosmetics. *Social Sciences Research Journal*, 6(10), 173–177.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenadamedia Group.
- Noor, J. (2015). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Kompas Gramedia.
- Oktafiani, D., & Yahya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(9), 1–16.
- Pom.go.id. (n.d.). *No Title*. pom.go.id
- Pratama, F., & Suwanto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 505–520.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachma, S., Hermani, A., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar di Konter Martha Tilaar Pasar Swalayan Ada Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 201–211.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. (2019). Factor Influencing Customers, Purchae Decision of Residential Property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348.
- Rosmayati, S., Sudirman, A., Haerany, A., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, F., Syamsuriansyah, Hanika, I. M., & Nugroho, L. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada.

- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2018). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 5(1), 26–31.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Ketiga). Prenadamedia Group.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2018). *Marketing Real People, Real Choices*. Pearson.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulistya, R., & Azizah, N. (2021). 4 Hal yang Diperhatikan Konsumen Indonesia Memilih Skincare. <https://republika.co.id/berita/r24n1b463/4-hal-yang-diperhatikan-konsumen-indonesia-memilih-skincare>
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuisisioner Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Pusdik SDM Kesehatan.
- Velarosdela, R. N. (2021a). *Kronolgi Perseteruan Richard Lee-Kartika Putri hingga Berujung Penangkapan dan Penetapan Tersangka*. <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/megapolitan/read/2021/08/12/16584771/kronologi-perseteruan-richard-lee-kartika-putri-hingga-berujung>
- Velarosdela, R. N. (2021b). *Pembuat Masker Organik Ilegal di Bekasi Hanya Tamatan SMA, Tak Punya Keahlian Meracik Kosmetik*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/02/01/16222551/pembuat-masker-organik-ilegal-di-bekasi-hanya-tamatan-sma-tak-punya>

- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. e-jurnalmitramanajemen.com
- Wati, K. D. P. (2017). Pengaruh Brand Extension Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah dengan Brand Image sebagai Intervening [Universitas Muhammadiyah Malang]. In *eprints.umm.ac.id* (Vol. 9, Issue 5). eprints.umm.ac.id/38492
- Yunita, H. S., & Argo, J. G. (2018). *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada RW 10 Kelurahan Pengasinan Kota Depok)*. repository.upnvj.ac.id/4713
- Zahay, D. (2020). *Digital Marketing Management* (Second). Business Expert Press.
- ZAP, & MarkPlus. (2021). *Zap Beauty Index 2021*. <http://zapclinic.com/blog/lifestyle/zap-beauty-index-2021-ungkap-perubahan-potret-dan-tren-kecantikan-selama-pandemi/508#:~:text=Jakarta%2C> 10 November 2021 - ZAP