

## DAFTAR PUSTAKA

- Adjam, F. A., Tentama, F., & Yuliasesti, E. (2019). Pengujian validitas dan reliabilitas pada konstruk komitmen organisasi. *Prosiding Seminar Nasional Magister Psikologi Universitas Ahmad Dahlan*, 127–134.
- Ahmed, S., Al Asheq, A., Ahmed, E., Chowdhury, U. Y., Sufi, T., & Mostofa, M. G. (2022). The intricate relationships of consumers' loyalty and their perceptions of service quality, price and satisfaction in restaurant service. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2021-0158>
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada Umkm Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 22–30. <https://doi.org/10.38043/jids.v5i2.3167>
- Andini, S., & Mahmud, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Domino's Pizza Taman Galaxy. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1806>
- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE DAN PENGELOMPOKAN DENGAN FINITE MIXTURE PLS (FIMIX-PLS) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga di Indonesia 2017). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45. <https://doi.org/10.14710/J.GAUSS.8.1.35-45>
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). *PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUSAN PELANGGAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang)*.
- Aribowo, Lubis, A., Si, M., & Sabrina, H. (2020). PENGARUH LOYALITAS DAN INTEGRITAS TERHADAP KEBIJAKAN PIMPINAN DI PT. QUANTUM TRAINING CENTRE MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.31289/JIMBI.V1I1.364>
- Badan POM. (n.d.). *MENGENAL KOSMETIK DAN PENGGUNAANNYA*. Retrieved May 13, 2023, from <https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>
- Chaniago, H., & Negeri Bandung, P. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality, Products Quality, and The Price on Nano Store Consumers' Loy.* <https://www.researchgate.net/publication/349076606>
- compas.co.id. (2022). *Indonesia FMCG E-Commerce Report 2022 Free Version*. 13–20.
- Deshinta, H., & Suyanto, A. (2020). Efektifitas Promosi Online Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 9–18. <https://doi.org/10.37641/JIMKES.V8I1.306>
- Dian Sudiantini, & Farhan Saputra. (2022). The Influence of Leadership Style: Job Satisfaction,

Winna Syahzarni, 2023

*Determinasi Loyalitas Konsumen pada Masyarakat Muslim Jabodetabek dengan Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi & Bisnis, S1 Ekonomi Syariah  
[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

- Employee Loyalty and Commitment at PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(3), 467–478. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjsr/article/view/873>
- Dinar Standard, & Salam Gateway. (2022). State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*, 4–202. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Fajar, R. A., Yunitarini, S., Muhardono, A., & Id, A. A. (2022a). Pengaruh label halal, brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 25). [www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi](http://www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi)
- Fajar, R. A., Yunitarini, S., Muhardono, A., & Id, A. A. (2022b). PENGARUH LABEL HALAL, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TOLAK ANGIN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus di Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 171–182. <https://doi.org/10.31941/JEBI.V25I2.2385>
- Fazrin, K. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6.
- Firohmatillah, A., & Arisena, A. (2020). *View of Pengaruh Stress Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Pada Koperasi X di Jawa Barat Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (PLS)*. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/management/article/view/429/204>
- Grace Rawung, C., H V Joyce Lapian, S. L., & Valdi Arie, F. (2023). *THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON CONSUMER LOYALTY OF CHICKEN MEAT AT GOLDEN SUPERMARKET MANADO* PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DAGING AYAM DI GOLDEN SUPERMARKET MANADO. 11(1), 613–624.
- Hamzah, A., Subroto, B., & Andayani, W. (2018). Efek Mediasi Kepuasan Pada Pengaruh Keadilan Kompensasi Dan Pengembangan Sdm Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 5(2), 178–189. <https://doi.org/10.17977/um004v5i22018p178>
- Hardi Dewantoro, D., Wisnalmawati, & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffe Shop Fihl Pekanbaru). (*Survai Pada Coffee Shop Fihl Pekanbaru*), *Ciastech*, 21–28.
- Hiariey, A. H., Upuy, D., & Latupeirissa, S. J. (2022). *Jurnal Sustainable : Jurnal Hasil Penelitian dan Industri Terapan Analisis SEM - PLS Perilaku Pasien HIV / AIDS terhadap Gambaran Klinis Pasien*. 11(02).
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>

- Imam Basri, A. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Label Halal, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Kosmetik Merek Wardah di Yogyakarta* (Vol. 5, Issue 3).
- Juniantara, I., Adi, M., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS THD KEPUASAN DAN LOYALITAS. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>
- kemenperin.go.id. (n.d.). *Potensi Ekspor Produk Kosmetik Halal*. <Http://Ikft.Kemenperin.Go.Id/Industri-Kimia-Hilir/>.
- Keshavarz, Yousef, & Jamshidi, D. (2018). Service quality evaluation and the mediating role of perceived value and customer satisfaction in customer loyalty. *International Journal of Tourism Cities*, 4(2), 220–244. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2017-0044>
- Kunadi, E. F., Wuisan, D. S. S., Pelita, U., & Tangerang, H. (2021). Loyalty Pengguna Gofood Indonesia Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Dan Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat) Pengaruh*, 8(1).
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.25-32>
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BODY LOTION CITRA (STUDI KASUS MAHASISWA SURABAYA). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Lubis, N. I. (2019). ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN PRODUK BERLABEL HALAL. *JURNAL AL-QARDH*, 4(1), 51–59. <https://doi.org/10.23971/JAQ.V4I1.1661>
- Luh, N., Dewi, P. A., Dewa, I., & Arizona, P. E. (2019). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, RASIO LEVERAGE DAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 1(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/537>
- Maimunah, S., S1, P., Fakultas, M., & Dan Bisnis, E. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Mohdari, R. H. (2020). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MARKETPLACE (STUDI KASUS PELANGGAN TOKOPEDIA)* (Vol. 13, Issue 1).

- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404>
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004>
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144–163. <https://doi.org/10.31000/ALMAAL.V1I2.1847>
- pom.go.id. (2023). *KEY PERSONNEL PAHAM CPKB MERUPAKAN KUNCI SUKSES INDUSTRI KOSMETIK DALAM NEGERI*. Badan Pom. <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/27620/KEY-PERSONNEL-PAHAM-CPKB-MERUPAKAN-KUNCI-SUKSES-INDUSTRI-KOSMETIK-DALAM-NEGERI.html>
- Pradina, I., & Rohim, A. N. (2023). THE EFFECT OF HALAL LABEL PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS. *International Journal of Business Reflections*, 3(2). <https://doi.org/10.56249/1.03.2.5421>
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Putra, R. (2021). DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/JEMSI.V2I4.461>
- Putra, Wilson, T., & Keni, K. (2020). BRAND EXPERIENCE, PERCEIVED VALUE, BRAND TRUST UNTUK MEMPREDIKSI BRAND LOYALTY: BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 184. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>
- Putri, A. E., & Verinita. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality, E-Recovery Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Kota Padang). *LIlmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 733–752.
- Quoquab, F., Mohamed Sadom, N. Z., & Mohammad, J. (2020). Driving customer loyalty in the Malaysian fast food industry: The role of halal logo, trust and perceived reputation. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1367–1387. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0010>
- Reza Salehzadeh, Javad Khazaei Pool, & Samaneh Soleimani. (2016). *Brand personality, brand equity, and revisit intention: an empirical study of a tourist destination in Iran*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-02-2016-0005/full/html>

- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Rismananda, D., AK, M. F., & Zuhirsyan, M. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL TERHADAP KOSMETIK BERLABEL HALAL. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(1), 1–12. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/polimedia/article/view/461>
- Rizky Reza Pahlawan, & Wasis Gunadi. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASABAH KSP ARTHA PUTRA MANDIRI, BEKASI. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/109>
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. In *Diterima Januari* (Vol. 4, Issue 2).
- Samsuri, S. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie-Sedap pada Konsumen Toko Basmalah Cabang Muncar. *RIBHUNA : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 21–32. <http://ejournal.iaiiibrahimy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1822>
- Saputri, Vindi, E., & Sidanti, H. (2022). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH LABEL HALAL, BAHAN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSME*.
- Saraswati, A., Suprayitno, S., & Lamidi, L. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE, LABELISASI HALAL, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PRODUK PADA PELANGGAN TSABITA HALAL BOGA GENTAN SUKOHARJO. *JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 20(3). <https://doi.org/10.33061/JEKU.V20I3.4451>
- Sembiring, M., Jufrizen, & Tanjung, H. (2021). “Efek Mediasi Kepuasan Kerja Pada Pengaruh Motivasi Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai.” *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 131–144.
- Servera-Francés, David, & Piqueras-Tomás, L. (2019). The effects of corporate social responsibility on consumer loyalty through consumer perceived value. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 66–84. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1547202>
- Shen, C., & Yahya, Y. (2021). The impact of service quality and price on passengers’ loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia’s perspective. *Journal of Air Transport Management*, 91(November 2020), 101966. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101966>
- Sundari, E., & Nugroho, G. (2023). *Decisions Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Pemilihan Mahasiswa*. 4(2), 1344–1352.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI

KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT. *Jurnal Spasial*, 6(2).

Ukmindonesia.id. (2022). *Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan*. Ukmindonesia.Id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/>

Wicaksono, Abdullah, I., & Darmo, I. S. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN E-WOM DAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(2). <https://doi.org/10.36441/KEWIRAUSAHAAN.V1I2.117>

Wijayani, T., Prambudi, B., & Muhammadiyah Jakarta, S. (2020a). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 10. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

Wijayani, T., Prambudi, B., & Muhammadiyah Jakarta, S. (2020b). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS, & MANAJEMEN*, 10. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

Xhema, J., Metin, H., & Groumpos, P. (2018). Switching-Costs, Corporate Image and Product Quality effect on Customer Loyalty: Kosovo Retail Market. *IFAC-PapersOnLine*, 51(30), 287–292. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2018.11.303>