

DAFTAR PUSTAKA

- Adiantia, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018a). Pengaruh labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018b). Pengaruh labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2018.21052>
- Apriliani, P., Tikawati, T., & Fadhilah, N. (2021). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Kentucky Fried Chicken (KFC) Purchase Decisions. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 202–218. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.21>
- Arista, K. C., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial tiktok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438–A443. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Chusna, A. F. F., & Mustofa, R. H. (2024). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal ditinjau dari Purchase Intention. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 551–562. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1569>
- Citaningtyas, D., Kadi, A., & Kurnianingsih, R. D. (2024). Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science The Influence Of Perceptions Of The Halal Label, Endorsement, Price, And Product Quality On Purchasing Decisions (Case Study On Wardah Cosmetic Products In Madiun City). *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 4(3).
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022a). Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Jurnal jurima*, 2(2), 50–62.
- Eryansyah, E. A., & Tanawijaya, H. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Tanpa Izin Edar: Analisis Putusan Nomor 190/PID.SUS/2021/PT PAL. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(6).
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program smartpls 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hair JR, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey : Pearson Education Inc.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Simaratama, S. H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrionthos, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. https://www.researchgate.net/profile/Assoc-Prof-Msi/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/links/5e72e011299bf1571848ba20/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif-Kuantitatif.pdf
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Herniyanti, H., Widagdo, P. P., & Kamila, V. Z. (2023). Pengukuran Penerimaan Website Mulawarman Online Learning System (MOLS) Pada Universitas Mulawarman Menggunakan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.274>
- Hidayat, R. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi consumer decision making process (studi kasus rumah makan bebek sinjay madura). *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 9(2).
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on the Purchasing Decision Process of Wardah Cosmetics by Using Brand Image as an Intervening Variable. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 2(1), 139–155. <https://doi.org/10.54298/ijith.v2i1.87>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press. https://books.google.co.id/books?Id=pyfcdwaaqbaj&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran Lembaga Sertifikasi Halal dalam Membangun Ekosistem Halal: Tantangan dan Peluang. *INTERNATIONAL JOURNAL MATHLA'UL ANWAR OF HALAL ISSUES*, 4(2).
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Panda. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1). <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Khofifah, S., & Supriyanto, A. (2022a). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement, dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 15(1), 1–13.

- Khofifah, S., & Supriyanto, A. (2022b). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Analisis faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di pekalongan. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 136–151. [Http://wahanaislamika.ac.id](http://wahanaislamika.ac.id)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education South Asia Pte Limited.
- 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), 743–756. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Lia, A., Hakiem, H., & Ibdalsyah. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263.
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263–273. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>
- Limanseto, H. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung>
- Madjid, S. S. (2022). Analisis peluang, tantangan dan strategi industri halal di indonesia (pada masa pandemic covid-19). *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1).
- Maghfiroh, M., & Indrarini, R. (2023). Relationship of Halal Labels and Product Quality With Purchase Decision on Wardah Cosmetic Products. *International Journal of Transdisciplinary Knowledge*, 1(1), 56–71. <https://doi.org/10.31332/ijtk.v1i1.6>
- Matondang, Z., Nasution, H. F., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.15294/intuisi.v4i2.13337>
- Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Miranda, A., Latief, F., & Zaeni, N. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik makeover pada mahasiswa

- itb nobel indonesia. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Novianti, T. A. (2020a). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pixy. *PRAGMATIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 43–50. [Www.femindonesia.com](http://www.femindonesia.com)
- Novianti, T. A. (2020b). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Pragmatis*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1056>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020a). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian kosmetik sariayu. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 383–398. <http://www.martinaberto.co.id/2020>
- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020b). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 383–398.
- Prihatini, A., Al Farisi, M. S., & Ferdinand, N. (2023). The Effect of Halal Label and Product Quality of Purchase Decisions Halal Cosmetic Product Ms Glow. *International Journal of Sharia Business Management (IJSBM)*, 2(2), 89–95.
- Purwanto. (2019). Variabel dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 10(18), 196–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Puspitasari, R. H. U. (2019). Analisis pengaruh keputusan pembelian pada kosmetik berlabel halal. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(1).
- Rizky, M., & Slamet, G. (2022). Pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap pembelian konsumen pada kosmetik wardah di kartasura. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 20(2). <https://compas.co.id>.
- Sandjaja, S. S., Syahputra, Y., & Erwinda, L. (2020). Validasi skala penilaian instrumen perencanaan karier menggunakan Andrich Threshold. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 105–117. <https://doi.org/10.30996/persona.v9i1.3310>
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli kosmetik halal. *ASY-SYARIKAH Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022b). 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.
- Sudaryana, A., Safarudin, S., & Basri, A. I. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Label Halal, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Kosmetik Merek Wardah di Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business and Management*, 5(3).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta, cv.

- Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 9(1), 93–110. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Suryowati, B., & Nurhasanah. (2020). Label halal, kesadaran halal , religiusitas dan minat beli produk kosmetik halal. *Jurnal Kompeksitas*, IX(1). <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Wahyudin, D., & Busro, B. (2021). Kosmetik Halal sebagai Lifestyle untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(2), 217–230. <https://doi.org/10.30868/at.v6i02.1634>
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 1(1), 39–50.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Yulianingsih, Limakrisna, N., & Muharam, H. (2023). Purchasing Decisions Based on Consumer Trust in Halal Topical Cosmetic Products. *International Journal of Business and Applied Economics*, 2(5), 753–770. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v2i5.6043>
- Yulistria, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *JURNAL SWABUMI*, 11(1), 13–22.
- Yuliyanti, S. Y., & Hanifah, I. A. (2018). Variabel moderating (Studi Empiris pada Inspektorat Daerah Se Provinsi Banten). *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa*, 3.