

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah & Tantri. (2013). *Manajemen pemasaran cetakan ke-2*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Aisyah, M. (2015). 'Peer Group Effects on Moeslem Consumer's Decision to Purchase Halal-Labeled Consumer's', *Al-Iqtishad*, Volume VII No.2
- Aspan, H. (2017). 'The Effect of Halal Label, Halal Awarness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetics Product (case study on consumers of Sariayu Martha Tilaar in Binjay City)', *International journal of global sustainability*, Volume.1 No.1
- Asrina & Bulutoding. (2017). 'Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kosmetik di kota Makassar (studi kasus pada Giant Supermarket Allaudin)', *Journal.uin.alauddin.ac.id*
- Assauri, S. (2010). *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi cetakan ke-14*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Echdar, S. (2017). *Metode penelitian manajemen dan bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Erdalina & Evanita. (2015). 'Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman', *ejournal.unp.ac.id*
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertai ilmu manajemen edisi 3*, Semarang: CV. Indoprint
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertai ilmu manajemen edisi 5*, Semarang: CV. Indoprint
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 edisi 8*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2014). *Structural euation modeling: metode alternatif dengan partial least square (PLS) edisi 4*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2015). *Partial least suare: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris edisi 2*, Semarang: Universitas Diponegoro

- Halal (2018) Diakses 15 Mei 2018, Dari <https://www.wikipedia.org/>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*)
- Kementerian Perindustrian (2018). Diakses 5 Februari 2018, Dari <http://kemenperin.go.id/>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1*, Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*, Jakarta: Erlangga
- Mahmudah & Tiarawati. (2013). 'Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Pond's *Flawless White*', Jurnal ilmu manajemen, Volume.1 No.3
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran: teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*, Bandung: Alfabeta
- Mashudi. (2015). *Konstruksi hukum & respons masyarakat terhadap sertifikasi produk halal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Noor, J. (2015). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen cetakan ke-2*, Jakarta: PT. Grasindo
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- PTI Paragon (2018). Diakses 15 Mei 2018, Dari <https://www.paragon-innovation.com/about/>
- Puspitasari. (2016). 'Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di klinik kecantikan Natasha *Skin Care* Kudus', eprints.dinus.ac.id
- Rohmaniah & Edwar. (2015). 'Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Garnier *Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub*', Jurnal pendidikan tata niaga (JPTN), Volume.3 No.3
- Sangadji, M.E. (2013). *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sarjono & Julianita. (2013). *SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba Empat

- Situmorang. (2017). 'Pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap citra merek dan keputusan pembelian produk kecantikan merek Pond's pada remaja di kota Pekanbaru', JOM Fekom, Volume.4, No.1
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*, Bogor: IPB Press
- Sunnyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tarigan. (2016). 'Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Medan area Medan', Jurnal konsep bisnis dan manajemen, Volume.3 No.3
- Top Brand Award (2015). Diakses 12 Februari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1.
- Top Brand Award (2016). Diakses 12 Februari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1.
- Top Brand Award (2017). Diakses 12 Februari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1.
- Tjiptono. (2015). *Strategi pemasaran edisi 4*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono & Chandra. (2012). *Pemasaran strategik edisi 2*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Usman & Sobari. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Widyaningrum. (2016). 'Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Wardah di Ponorogo)', Jurnal ekonomi syariah Indonesia, Volume.VI No.2