

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Fitri, M. K. (2024). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Batam. *Journal of Mangement*, 7(2), 1005–1013.
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Amaliah, D., Yusuf, M. and Zulpawati, Z. (2024) ‘Pengaruh Label Halal, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Skincare Melalui Aplikasi Tiktok Pada Masyarakat Di Kota Mataram’, *Jesya*, 7(1), pp. 703–713. doi: 10.36778/jesya.v7i1.1430.
- Anggadwita, G., Alamanda, D. and Ramadani, V. (2019) ‘Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions’, 4(2), pp. 227–242.
- Arifin, Z., & Vanessa, I. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis.*, 51(1), 44–48.
- Arista, K. C. and Fikriyah, K. (2022) ‘The Effect of Halal Label , Price , and Song Joong Ki as Brand Ambassador on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products in Sidoarjo Regency Pengaruh Label Halal , Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo , pp. 453–466. doi: 10.20473/vol9iss20224pp453-466.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Citra, P. et al. (2015) ‘(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)’, 51(1), pp. 44–48.
- Damayanti, A., Mutia, A. and Ifazah, L. (2024) ‘Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pada Mahasiswi Di Kota Jambi’, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), pp. 66–88. doi: 10.51903/jimeb.v3i1.699.

- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- Dr. M. Anang Firmansyah. (n.d.). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*.
- Dwi, D. et al. (2024) 'Produk pada supermarket syariah dengan moderasi religiusitas', 32(1), pp. 16–29.
- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Hidayat, W. G. P. A. (2023) 'Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah dengan Menggunakan Brand Image Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Keislaman*, 6(1), pp. 156–173. doi: 10.54298/jk.v6i1.3708.
- Hapsari, I. N. (2020) 'Pengaruh sistem informasi penjualan strategi integrated marketing communications (IMC) Dan peran brand ambassador terhadap loyalitas pelanggan produk oriflame di indo', (March 2019).
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Harahap, R. S. P. (2020). Pengaruh label halal terhadap keputusan masyarakat membeli produk makanan dan minuman. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 354–376.
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>
- Intan Kurnia. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening Pada Generasi Z Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *UIN Surakarta*.
- Ismaulina, Maisyarah, Qurananda, A. C., Giantari, I. G. A. K., Kim, J. H., Kim, M., TO, T. H., DO, D. K., BUI, L. T. H., & PHAM, H. T. L. (2020).

- Pengaruh labelisasi-halal, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian mie instant indomie. *Service Industries Journal*, 12(1), 267–273.
- Jamsa Sumbalatu, W. B. P. & A. M. P. (2023) 'Persepsi masyarakat terhadap label halal pada restoran', (Studi Kasus Di Restoran Simpang Raya Dan Restoran Dapur Siliwangi, Kecamatan Beji Kota Depok Jawa Barat)', *Jurnal Pena Islam*, 3(1), pp. 25–34.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383–392. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231>
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (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>
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- M.et al. (2017) 'Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas telkom', pp. 81–94.
- Made Sri Puspa Dewi, & Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Make Up Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 92–99.

<https://doi.org/10.23887/bjm.v10i1.64124>

- Maharani et al. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipsticik Wardah). 4(1), 97–111.
- Mardia. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ecommerce Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.*
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Nusaresearch. (2020). Laporan Tentang Makeup Routine, Nusaresearch Top Online Research inIndonesia(<https://nusaresearch.net/public/news/996-laporan-tentang-makeup-routine.nsrns>).
- Nurdin, Sahidillah & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Sain Manajemen*, 3(2), 111–122. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Pahutar, I., Pristiyono, P., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. *Riset Dan E-JURNAL Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1108–1118. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12285>
- Pio, R. J. (2019) ‘Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata)’, 8(2).
- Pramesti, C. W. and Setyawan, A. A. (2024) ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan’, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), pp. 714–724.
- Pratama, D. W. and Santoso, S. B. (2018) ‘Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original’, 7, pp. 1–11.
- Pratiwi, A. (2019) ‘Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret, pp. 150–159. doi: 10.47467/elmal.v2i2.345.
- Priono, Qury Madina Bilkis, and A. H. A. P. (2021). “Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Trust Pada Produk Scarlett Whitening.” *Prosiding Seminar Nasional KBK*. 1.

- Prof.Dr.Sugiyono. (2020). *Cara Mudah Menyusun Skripsi dan Disertasi*.
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- Putri, A. R., Rachma, N. and Sholehuddin, S. (2020) ‘Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek Produk Halal Skincare Somethinc (Studi pada Mahasiswi FEB Universitas Islam Malang Tahun 2020)’, e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, 13(01), pp. 543–552.
- Putri, W. N. and Sholahuddin, M. (2024) ‘Pengaruh Labelitas Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Wardah Dengan Brand Image Sebagai Variable Intervening’, SEIKO: Journal of Management & Business, 7(1), pp. 140–154.
- Rachman Haryadi, A., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17.
- Rahmawati, J. H., & Ahsan, M. (2021). Demam Korea: Minat Beli Terhadap Produk Kecantikan Korea (K-Beauty). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1516–1528. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1516-1528>
- Rahmawati, R., Suwarni, E., Studi, P., Digital, B., Islam, U. P., Bandung, K., Terjual, J. P., & Pembelian, K. (2000). Ulasan Produk dan Jumlah Produk Terjual Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Program Studi Bisnis Digital , Universitas Persatuan Islam , Kota Bandung dan teknologi yang terus berkembang pesat . Internet memiliki efek transformatif dan. 3(1), 46–53.
- Sam, U. and Manado, R. (2019) ‘Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear’, 8(1), pp. 44–54.
- Sihotang, C. S., & Supriyono, S. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2), 24–35. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>
- Susanto, P. C. et al. (2024) ‘Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)’, *Jurnal Ilmu Multi Disiplin*, 3(1), pp. 1–12.
- Sutriani, R., Mutia, A. and Sudharyati, N. (2024) ‘Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik

- Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi', *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2), pp. 145–160.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Tulanggow, S. G. et al. (2019) 'Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT . Shopee International Indonesia Di Kota Manado', 9(3), pp. 35–43.
- Ullayya Sa'adah. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.
- Utami, N. N. and Genoveva, G. (2020) ' The influence of brand image, halal label, and halal awarednes on costumers purchasing decision', 4(2), pp. 355–365.
- Waruwu, M. (2023) 'Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)', *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7(1), pp. 2896–2910.
- Widyaningrum, P. W., Ekonomi, F. and Ponorogo, U. M. (no date) 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)', (10).
- Wijaya, A. P. (2020) 'The Influence of Brand Image , Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions', 18(1), pp. 24–35. Wowor, C. A. S.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.