

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahman, Eeng. (2007). *Membina Kompetensi Ekonomi untuk Kelas XII Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Program Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Chandra, F. T. d. G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Hadi, I. A. d. G. (2007). *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Bandung: PT Setia Purna Inves.
- Hardjanto, A. d. I. (2005). *Pengantar Bisnis*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Indonesia, U.-u. R. (2014). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Indonesia: Undang-undang Republik Indonesia.
- Kotler, A. (1998). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2008a). *Principles of Marketing Edition 12*. New Jersey: Pearson Education. Inc.
- Kotler, A. (2008b). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteen Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang.

- Kotler, S. (2009). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro. (2011). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Limakrisna, S. d. N. (2011a). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Limakrisna, S. d. N. (2011b). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Edisi kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lodhi, A. u.-H. (2009). *Understanding Halal Food Supply Chain*. London: HFRC UK Ltd.
- Ma'Arif, N. N. (2008). *The Power of Marketing* (Vol. Salemba Empat): Jakarta.
- Mahbubi, T. R. d. A. (2015). *Optimasi Rantai Pasok Komoditas Utama Daging Halal Nasional Menuju Indonesia Sebagai Pusat Pangan Halal Dunia*. Tangerang Selatan: Cinta Buku Media.
- Majelis, U. I. (2014). *Himpunan Fatwa MUI Sejak 1975*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muljono, D. P. (2008). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Pradana, T. D. R. (2015). *Brand Image and Product Price ; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. 6.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Rizal, W. S. (2011). *Melakukan Pemasaran Barang dan Jasa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sangadji, S. E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer Behavior Buying, Having and Being Eighth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung Alfabeta.

- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian* Jakarta: Change Publication.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Vol. CV Budi Utama): Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wahyudi, Setyo Tri. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan*. Malang: UB Press.
- Yunes Ramadan, S. S. d. I. (2020). *The Halal Food Handbook*. New Jersey: Wiley Balcwell.
- Zulham. (2018). *Peran Negara dalam Perlingan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1), 118-124.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). *The Effect of Halal Label, Halal Awarness, 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.
- Indayani, L. (2019). *The Influence of Halal Labelization, Brand Image and Product Quality Towards Consumer Purchase Decisions of Wardah Cosmetic Product*. *KnE Social Sciences*, 13–21-13–21.
- Jasinta Pangastuti, S., dan Eni Prastiti (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah di Borobudur Kediri*. *JIMEK*, Vol. 2 No. 1, 83.

- Khuwaroh, K., Widarko, A., & ABS, 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)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(05).
- Putri, E. D. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*.
- Putri, T. U. (2018). *Halal Logo, Beauty Blogger & Halal Marketing Package: Which One is the Most Influencing Factors that Lead into Purchase Decision on Halal Cosmetic*. *International Journal of Engineering & Techonology*, Vol. 7 578.
- Rakhi, H. (2019). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak*. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).
- Ramadhan, H., & Ihsan, A. (2019). *Effect of Lifestyle, Quality Products, Price, and Halal Labelling to Buying Decisions*. *Quality Products, Price, and Halal Labelling to Buying Decisions*. (January 8, 2019).
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri*. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69-84.
- Tarigan, E. D. S. (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*, 3(1), 47-61.
- Widyaningrum, P. W. (2017). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(2), 83-98.

Internet

- Beautynesia*. (2019). *Review Wardah Instaperfect Matte Lip Cream*. Retrieved from beautynesia.id website: <https://www.beautynesia.id/review-wardah-/forum-review-wardah-instaperfect-matte-lip-cream/b-100586>

- Ekarina. (2019). Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%. Retrieved from katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>
- Fajriana, M. (2019). Melihat Industri Kosmetik Halal yang Semakin Berkembang. website: <https://m.liputan6.com/fashion-beauty/read/3878062/melihat-industri-kosmetik-halal-yang-semakin-berkembang>
- Fitriandiani. (2019). Melihat Perkembangan Tren Industri Kecantikan di Era Digital. Retrieved from m.fimela.com website: <https://m.fimela.com/beauty-health/read/4031497/melihat-perkembangan-tren-industri-kecantikan-di-era-digital>
- Gomeng. (2017). 10 Daftar Brand Kosmetik Asli Indonesia. Retrieved from sigomeng.blogspot.com website: <http://sigomeng.blogspot.com/2017/06/10-daftar-brand-kosmetik-asli-indonesia.html?m=1>
- Indonesia, K. P. R. (2018). Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampauai Pertumbuhan Ekonomi. Retrieved from kemenperin.go.id website: <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampauai-Pertumbuhan-Ekonomi>
- Indonesia, K. P. R. (2019). Dampak Positif Perang Dagang AS – China Bagi Indonesia. Retrieved from Infografis Kinerja Direktorat Jenderal Industri Kimia Tekstil dan Aneka Kementerian Perindustrian website: <http://ikft.kemenperin.go.id/category/publikasi/infografis/>
- Lilliyah, Arie. (2014). Kosmetik Wardah Bukan Hanya untuk Konsumen Muslim. Retrieved from swa.co.id website: <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/kosmetik-wardah-bukan-hanya-untuk-konsumen-muslim>
- MUI, L. (2019). Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2011–2018. Retrieved from halalmui.org website: <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-sertifikasi-halal-lppom-mui-periode-20112018>
- Novitasari, Devi. (2018). Forum *Review Wardah Cosmetics*. Retrieved from facebook.com website: <https://m.facebook.com/groups/359268254487271>

Putri, Gita Cendana. (2015). Tak Hanya Dikonsumsi Kaum Muslim. Retrieved from gitacendanaputri.blogspot.com website:
<http://gitacendanaputri.blogspot.com/2015/12/wardahcosmetics.html?m=1>