

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Adanu Abimata.
- 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.
- Alma, B. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Pers.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *Pedoman dan Standar Halal Indonesia*. Kementerian Agama RI.
- Fajriah, R. A., & Susilo, E. (2024). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 4435–4444.
- Faridah, H. (2021). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2), 70–84.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Galang, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 20–29.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2022). *Manajemen* (Edisi 14). Salemba Empat.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Handayani, T. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Scopindo Media Pustaka.
- Hanifah, H., Halim, A., & Ahmad, S. (2020). The Role of Halal Labeling in Influencing Purchase Decisions of Cosmetic Products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1234–1250.

- Hasanah, N., & Usman, O. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek Honda terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Honda Ahas Dirawalumbu. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 1-15.
- Kartini. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow Men di Palangka Raya* [Skripsi, IAIN Palangkaraya]. Digilib IAIN Palangkaraya. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4985/>
- Khasanah, I., & Hudrasyah, H. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 133–148.
- Khasanah, I., & Hudrasyah, H. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 133–148.
- Koeswinarno. (2020). *Regulasi Jaminan Produk Halal di Indonesia*. UII Press.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2022). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson.
- Kumar, A., Singh, R. K., & Modgil, S. (2024). The role of product quality in building brand reputation and market share. *Journal of Business Strategy*, 45(1), 34-42.
- Lestari, S. D., Andjarwati, A. L., & Al, E. R. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(8).
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Maulidyah, N. H., Latief, F., & Zaeni, N. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Toko Satu Sama Hertasning Makassar. *Nobel Management Review*, 4(1), 69–79.

- Mulakawa, I. (2020). *Ekonomi Islam: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Alat Ukur Kepuasan Konsumen*. Media Sains Indonesia.
- Nasution, M. I., Prayoga, K., & Jufrizen, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 100–112.
- Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) Harga pada oleh-oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(2), 1-15.
- Nurhayati, S., & Hendar, A. (2020). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 112–125.
- Olu-lawal, A. T., Adeyemi, H. O., & Olutola, A. A. (2024). The effect of product quality, brand image, and customer satisfaction on customer loyalty (A study on Ultra Milk consumers in Jakarta). *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(2), 241-249.
- Pristia, A. N., Widarko, A., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skincare The Originote. *Prosiding SIMBA*, 4(1), 635-648.
- Rahmansyah, A. P., & Armaniah, H. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Pinkflash Pada Warga Kelurahan Cengkareng Timur. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3), 723–739.
- Risetyaningsih, A., Yantih, N., & Derriawan. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Minat Beli Ulang. *JIIS (Jurnal Ilmiah Ibnu Sina): Ilmu Farmasi dan Kesehatan*, 8(3), 152-161.
- Romdhoni, A. H., Hidayat, W., & Abdillah, Y. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Rozjiqin, A. B., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 63-74.
- Rusyidi, M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Eureka Media Aksara.

- Safitri, A., Yacob, S., & Yuniarti, E. (2022). Influence of brand image, product quality, and lifestyle on smartphone purchase decision in Indonesia. *Expert Journal of Marketing*, 10(1), 19-29.
- Sari, D. P. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 234–245.
- Sari, D. P., & Ali, H. (2022). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 386-397.
- Sari. (2021). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Lip Cream Matte di Toko Obat Dumai 88. *Jurnal Al-Hisbah*, 2(1), 1-17.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2023). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2023). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Setiadi, N. J. (2022). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.
- Simamora, B. (2020). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2021). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., & Irawan. (2021). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran, Jasa, Ritel, dan E-Marketing* (Edisi 4). Andi Publisher.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran, Jasa, Ritel, dan E-Marketing* (Edisi 4). Andi Publisher.
- Tzeng, S. Y., Ertz, M., Jo, M. S., & Sarigöllü, E. (2020). The impact of product-harm crisis on brand attitude: The roles of brand familiarity and crisis type. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102122. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102122>

- Uliya, Z., & Zulhadi, T. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking*, 1(2), 106–114.
- Waskito, J., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 89-102.
- Woen, F., & Santoso, H. (2021). The influence of product quality and service quality on customer loyalty through customer satisfaction. *Journal of Management*, 11(1), 89-102.
- Yuni, K. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 45-56.