

DAFTAR PUSTAKA

- a. (2020). *Pertemuan 6 Uji Normalitas*.
- Abarca, R. M. (2021). Bab Iii Penelitian. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Aguayo Torrez, M. V. (2021). *No Title*.
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Aprilin, R. P., & Control, a L. O. (2015). Analisis Kandungan Asam Salisilat Pada Kosmetik Anti Jerawat Yang Beredar Di Kota Mataram. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang*, 20, 7–19.
- Artikel, I. (2023). *LITERASI DIGITAL DENGAN PENGGUNAAN PhET UNTUK REMEDIASI MISKONSEPSI MAHASISWA PADA MATERI RANGKAIAN ARUS SEARAH*. 11(1). <https://doi.org/10.24252/jpf.v11i1.33635>
- Ashari, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 34.
- Budiman, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Cruz, A. P. S. (2013). Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas Dan Hormonal. *Universitas Diponegoro*, October, 14.
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25. [http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB%203.pdf)
- Direktorat Pengawasan, K. (2021). Laporan tahunan tahun 2020. *Pengawasan Kosmetik, Direktorat*, 26.
- Dong, Z. (2012). No TitleФормирование парадигмальной теории региональной экономики. *Экономика Региона, Kolisch 1996*, 49–56.
- Edar, N. I. (2012). *Tanggal : 27 Desember 2012 Tentang KOSMETIKA MENGANDUNG BAHAN BERBAHAYA MERKURI (Hg) Tanggal : 27 Desember 2012 Tentang*. 14–17.
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan

- Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Fadillah, N., Parakkasi, I., & Akramunnas. (2021). At tawazun. *Ekonomi Islam*, 1(I), 26–41.
- Fairus. F. (2020). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). BAB III metode penelitan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.
- Idris, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. *Universitas Dipenogoro*, 19–20. http://eprints.undip.ac.id/45177/1/03_IDRIS.pdf
- Ii, B. A. B., & Arab, B. (2002). *Bab Ii Landasan Teori Tentang Masalah Mursalah*. 17–31.
- Iii, B. A. B., & Al-mursalah, A. D. A. (n.d.). *Bab iii kajian teoritis masalah mursalah*. 31–59.
- Kasdi, A. (2013). Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Equilibrium, Vol. 1*(1), 18–32.
- Kes, M. (n.d.). *Bab 14_Uji Hipotesis*.
- Kosmetik, A. P. J., & Kosmetik, P. (n.d.). *Pengertian dan Jenis-jenis Kosmetik*. 2(1), 14–39.
- Label, P., Dan, H., Terhadap, R., Pembelian, K., Kosmetik, P., Malang, D. I. K., Sadzalia, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Negeri, U. I., & Ibrahim, M. M. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di kota malang*.
- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). *NoTitle*.
- Mapossa, J. B. (2018). No Title. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Mariasinta, M. (2019). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mathematics, A. (2016). *No Title No Title No Title*. 1–23.
- Moh. Nazir. (2013). *Menganalisis Pengaruh Kepemilikan Institusi Domestik, Kepemilikan Publik, Profitabilitas, Leveragedan Ukuran Perusahaan Terhadap Risk Management Disclosure*. 59–77.
- Mukhsin Nyak Umar, M. A. (2017). *Al-mashlahah al-mursalah*.
- Mustofa. (2015). Metode Penelitian dengan NPF dan Roa. *Jurnal*, 1–9.
- Nn. (2013). Bab Iii Metod3E. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–

1699.

- Philip, K. (1997). *Manajemen Pemasaran*. 21(3), 295–316.
- Pijar Guntara, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. *Skripsi*, 1–90.
- Primansyah. (2017). *Metode Penelitian*. 25–45.
- Riyangto, A. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bankable dan Nonbankable pada Bank Danamon Indonesia Cabang Pembantu Bobotsari Purbalingga. *Skripsi*. http://repository.ump.ac.id/2589/3/BAB_II_AKHMAD_RIYANTO_MANAJEMEN%2711.pdf
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Saragih, H. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonsesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 197048.
- Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2019). PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v5i1.709>
- Sari, R. I. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.
- Secapramana, V. (2017). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). 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.
- Soekanto. (2016). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI toko mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 13(2004), 1. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116.Tujuan>
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sugeng. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Matematika. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Surya. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. *Frima*, 1003–1011.

- Swasta, B. (2018). Promosi. *Promosi*, 1–62.
- Utama, I. G. R. (2016). *Dr . I Gusti Bagus Rai Utama , MA . Perkembangan Pariwisata. 2021*(September). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25690.95686>
- Yanti, F. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Viva Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 150 halaman.
- Yaumil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makassar). *EKonomi Dan Bisnis*, 1–98.
- Zainal, A. (2013). *Evaluasi Pembelajaran*. 1–3014.
- a. (2020). *Pertemuan 6 Uji Normalitas*.
- Abarca, R. M. (2021). Bab Iii Penelitian. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Aguayo Torrez, M. V. (2021). *No Title*.
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Aprilin, R. P., & Control, a L. O. (2015). Analisis Kandungan Asam Salisilat Pada Kosmetik Anti Jerawat Yang Beredar Di Kota Mataram. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang*, 20, 7–19.
- Artikel, I. (2023). *LITERASI DIGITAL DENGAN PENGGUNAAN PhET UNTUK REMEDIASI MISKONSEPSI MAHASISWA PADA MATERI RANGKAIAN ARUS SEARAH. 11*(1). <https://doi.org/10.24252/jpf.v11i1.33635>
- Ashari, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 34.
- Budiman, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Cruz, A. P. S. (2013). Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas Dan Hormonal. *Universitas Diponegoro, October*, 14.
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu*

- Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25. http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB_3.pdf
- Direktorat Pengawasan, K. (2021). Laporan tahunan tahun 2020. *Pengawasan Kosmetik, Direktorat*, 26.
- Dong, Z. (2012). No TitleФормирование парадигмальной теории региональной экономики. *Экономика Региона, Kolisch 1996*, 49–56.
- Edar, N. I. (2012). *Tanggal : 27 Desember 2012 Tentang KOSMETIKA MENGANDUNG BAHAN BERBAHAYA MERKURI (Hg) Tanggal : 27 Desember 2012 Tentang*. 14–17.
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Fadillah, N., Parakkasi, I., & Akramunnas. (2021). At tawazun. *Ekonomi Islam*, 1(1), 26–41.
- Fairus. F. (2020). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). BAB III metode penelitan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.
- Idris, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. *Universitas Dipenogoro*, 19–20. http://eprints.undip.ac.id/45177/1/03_IDRIS.pdf
- Ii, B. A. B., & Arab, B. (2002). *Bab Ii Landasan Teori Tentang Masalah Mursalah*. 17–31.
- Iii, B. A. B., & Al-mursalah, A. D. A. (n.d.). *Bab iii kajian teoritis masalah mursalah*. 31–59.
- Kasdi, A. (2013). Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Equilibrium, Vol. 1*(1), 18–32.
- Kes, M. (n.d.). *Bab 14_Uji Hipotesis*.
- Kosmetik, A. P. J., & Kosmetik, P. (n.d.). *Pengertian dan Jenis-jenis Kosmetik*. 2(1), 14–39.
- Label, P., Dan, H., Terhadap, R., Pembelian, K., Kosmetik, P., Malang, D. I. K., Sadzalia, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Negeri, U. I., & Ibrahim, M. M. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di kota malang*.
- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). *No Title*.
- Mapossa, J. B. (2018). No Title. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Mariasinta, M. (2019). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan

- Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Moh. Nazir. (2013). *Menganalisis Pengaruh Kepemilikan Institusi Domestik, Kepemilikan Publik, Profitabilitas, Leveragedan Ukuran Perusahaan Terhadap Risk Management Disclosure*. 59–77.
- Mukhsin Nyak Umar, M. A. (2017). *Al-mashlahah al-mursalah*.
- Mustofa. (2015). Metode Penelitian dengan NPF dan Roa. *Jurnal*, 1–9.
- Nn. (2013). Bab Iii Metod3E. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Philip, K. (1997). *Manajemen Pemasaran*. 21(3), 295–316.
- Pijar Guntara, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. *Skripsi*, 1–90.
- Primansyah. (2017). *Metode Penelitian*. 25–45.
- Riyangto, A. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bankable dan Nonbankable pada Bank Danamon Indonesia Cabang Pembantu Bobotsari Purbalingga. *Skripsi*. http://repository.ump.ac.id/2589/3/BAB_II_AKHMAD_RIYANTO_MANAJEMEN%2711.pdf
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Saragih, H. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonsesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 197048.
- Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2019). PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v5i1.709>
- Sari, R. I. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.
- Secapramana, V. (2017). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). 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.
- Soekanto. (2016). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI toko mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 13(2004), 1. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>.Tujuan
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sugeng. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Matematika. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Surya. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. *Frima*, 1003–1011.
- Swasta, B. (2018). Promosi. *Promosi*, 1–62.
- Utama, I. G. R. (2016). *Dr . I Gusti Bagus Rai Utama , MA . Perkembangan Pariwisata. 2021*(September). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25690.95686>
- Yanti, F. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Viva Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 150 halaman.
- Yaumil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makkasar). *EKonomi Dan Bisnis*, 1–98.
- Zainal, A. (2013). *Evaluasi Pembelajaran*. 1–3014.