

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja, A. J. & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. Vol. 5 No. 2.
- Aeni, N. & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi *Brand Trust* . Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah. Vol. 4 No. 1. Hal 378-384
- Ambolau, M. A. P. Kusumawati, A. & Mawardi, M. K. (2015). The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision (Study On Aqua Consumers In Administrative Science Faculty Brawijaya University Class Of 2013). *Adminitrasibisnis.Studentjournal.Ac.Id*. Vol. 2 No. 2. Hal 3-7
- Amila, S. Dan Nst, M.O. S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Volume 6 Nomer 1. Mei 2017. Hal 661-667
- Amron, A.(2018). The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of Mpv Cars. *European Scientific Journal*. Vol. 14 No. 1.
- Anggadwita, G. Alamanda, D. T. & Ramadani, V. (2019). Halal Label Vs Product Quality In Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* . Vol. 4 No. 2.
- Aqmarina, S. Kumsdji, S. & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. Volume 39 Nomer 2. Oktober 2016. Hal 3-4
- Arista, D. & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Aset*. Vol. 13 No. 1. Hal 41.
- Bulan, T. P. L. B. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol. 5 No. 1. Hal 433-434
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Market: Planing Dan Strategy*. Qiara Media

- Ghozali, Imam. (2011). “ Alikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifanil, A. & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis Dan Iptek*. Vol. 10 No. 3. Hal 86-87
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on the Purchasing Decision Process of Wardah Cosmetics by Using Brand Image as an Intervening Variable. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 2(1), 139–155
- Hararap, D. Farizal, N. & Nasution, M. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. *At-Tijarah Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*. Vol. 4 No. 2.
- Hidayah, R. T. (2016). Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada. *Unej E-Proceeding*. Hal 125
- Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Penerbit: Erlangga. Jakarta
- Kotler & Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jearsey.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia Jakarta.
- Kotler, and Keller. (2012). *Marketing Manajemen (14th ed)*. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran. Perpektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Lutfie, H. & Marcelino, D. (2020). Implementation Application Of Experiential Marketing To Brand Trusts And The Impacts On Purchasing Decisions. *Advnces In Economics, Business And Management Researt*, Vol 151.

- Mahendri, W. & Darsono, J. T. Dan Firdiansjah, A. (2020). The Influence Of Religiosity And Halal Label Through Halal Awareness Purchase Decisions. *Budapest International Research And Critics Institute (BIRCI-Journal)*. Vol. 3 No. 3. 2020.
- Mahuda, F. D. (2017). Pengaruh *Brand Personality* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism). *Jurnal Ekonomi Islam*. Volume 8 Nomer 2. December 2017. Hal 161-167
- Novansa, H. & Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis Of Brand, Brand Awareness And Price (Case Study SMECO Indonesia Smeproducts)*. *Saudi Journal Of Humanities And Social Sciences*. Vol. 2 No. 8.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphonr Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal JBMA*. Vol. 4 No. 2. Hal 62-64
- Nais Irawati, & Kussudyarsana. (2023). The Role Of Halal Labeling, Brand Image, And Brand Trust On Repurchase Decisions On Mixue Products In Surakarta . *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology*, 1(1), 493–501.
- Parengkuan, V. Tumbel, A. & Wenas, R. (2014). Analisis Pengaruh *Brand Image Dan Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampo Head And Shoulders* Di 24 Mart Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*. Vol. 2 No. 3. Hal 1794
- Puspita, R. Yunus, M. & Sulaiman. (2017). Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telepon Selular (Studi Kasus Pada Pengguna Samsung Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Magister Manajemen*. Vol 1 No. 1. Hal 48-49
- Rohmah, F. N. (2023). The Influence of Brand Image, Religiosity and Halal Labels on Purchasing Decisions of Packaged Food Products: Case Study of IAIN Pekalongan Students. *Proceedings of Femfest International Conference on Economics, Management, and Business*, 1, 480–503
- Sahir, S. H. Ramadhani, A. & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*. Volume 3 Nomer 1. November 2016. Hal 2

- Pembelian Produk *Mom Milk* Manado. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi. Vol. 7. No. 3.
- Saporso. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan, Kepuasan Dan Relationship Commitment Pelanggan Pada Industri Jasa. Media Riset Akutansi, Auditing &Informasi. Vol. 14 No. 2. Hal 61-62.
- Siregar, Y. Isa, M. & Nasution, H. F. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
- Siyoto, Sandu. & Muhammad Ali Sodik. (2015). Dasar Metode Penelitian. Literasi Media
- Stanton, W. J. (2014). Prinsip - Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sukesti, F. & Budiman, M. (2014). The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia. International Journal Of Business And Law. Vol. 4 No. 1. 2014.
- Tjiptono, (2012). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, Husaini. & Purnomi Setiady Akbar (Ed). (2020). Pengantar Statistika Cara Mudah Memahami Statistika. Edisi Ketiga. Bumu Aksara
- Vanessa, I. & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Adminitrasi Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). Jurnal Adminitrasi Bisnis. Vol. 51 No 1. Hal 46
- Wahyurini, S, C. & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Jurnal Mitra Manajemen. Vol. 4 No. 1. Hal 41-49
- Wibowo, D. E. & Mandusari, B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan.Indonesia Journal Of Halal. Vol. 2 No. 1. Hal 75-78
- Wulandari, R. D. & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakults Ekonomi Uniat, Volume 3 Nomer 1. Hal 18

- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 5 No. 1. Hal 70-71
- Yusuf, Muhammad Dan Lukman Daris (Ed). (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama. Prenada Media.
- Yuswohady. 2015. *Marketing To The Middle Class Muslim-Kenall Perubahannya, Pahami Perilakunya, Peletakan Strateginya*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Zulham. (2018). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk HalaL*