

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2015). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kosmetik (Studi Pada Swalayan Grand Hero di Kota Palu). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Produk Kosmetik*, 1(3), 271–278.
- Aditya, D. (2013). *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*. 1–37.
- Ammirullah. (2002). Perilaku Konsumen. In *Edisi Pertama* (Cetakan Pertama). Graha Ilmu Jakarta.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti. (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 (JAB)*, 73(1), 118–124.
- Arifuddin, R. R., Rahman Kadir, A., & Kadir, N. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 2, 92–108.
- Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2).
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Cahyowulan, S. A. P. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa yang Kuliah di Yogyakarta)*. 15(29), 7577–7588.
- De Melo, M. (2014). *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*. *Journal of Supercritical Fluid Extraction of Vegetable Matrices: Applications, Trends and Future Perspectives of a Convincing Green Technology, University of Aveiro : Portugal*.
- Deisy, M., Lapijan, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.

- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22(1), 11–25.
- Farmasetika, M., Farmasi, F., & Padjadjaran, U. (2017). *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya*. 2(1), 12–15.
- Fathi, E., Zailani, S., Iranmanesh, M., & Kanapathy, K. (2016). *Drivers Of Consumers' Willingness To Pay For Halal Logistics*. *British Food Journal*, 118(2), 464–479.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Guthrie, M., Kim, H. S., & Jung, J. (2008). *The Effects Of Facial Image And Cosmetic Usage On Perceptions Of Brand Personality*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2), 164–181.
- Indika, D. R., & Lainufar, S. (2015). *Eksplorasi Sikap Konsumen Terhadap Kosmetik Halal (Studi Kasus: Wardah)*. 55–64.
- Intansari, D. (2019). Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Kalangan Model Hijabers Di Kota Surabaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kaswengi, J., Diallo, M. F., Akrouit, H., & Valette-Florence, P. (2020). *Choosing High-Equity Cosmetic Brands In Bad Macroeconomic Conditions: Evidence From Panel Data*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(4), 305–325.
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika, I*, 193–198.
- Kusumawardani, D. A. (2011). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer (Studi kasus di Mahkota Wedding and Event organizer Semarang)*. Xi, 1–52.
- Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280.
- Larasati, A., Rahayu, S., Hati, H., & Safira, A. (2018). *Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal*. 8(April), 105–114.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Liesander, I., Dharmayanti, D., Si, M., Ph, D., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *Pengaruh Digital Marketing*

Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. 1–13.

- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24.
- Marwati, S., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2014). *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Blackberry Di Universitas Diponegoro Semarang).* 1–10.
- Moech. Nasir. (2009). Studi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian air minum aqua di kota surakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 0271, 57–83.
- Muslim, S. B., Mashuddin, & Tahir, M. (2014). Pergeseran Identitas Mahasiswa: Korelasi Religiusitas dan Perilaku Mahasiswa IAIN Mataram. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 10 No 02.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179.
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.Com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46.
- Oktaviani, N. (2013). Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Oliveira, R. (2016). Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan. *Jurnal Universitas Lamongan*, 147(01), 11–40.
- Panzy, & Aditya. (2015). Pegaaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Farzy. *E-Prceeding of Management*, 2(3), 4–5.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Prabowo, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua. *Jurnal Manajemen*.
- Prasetyo, P. E. (2016). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek.* 45–46.

- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 202–224.
- Putri, Nadia, N., & Haryono. (2016). Efektifitas Atmosfer Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli. *Journal of Management*, 2(2).
- Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). *Consumers And Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude And Intention*. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Sa'diyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi Pt . Prudential Life Assurance Cabang Sukun. *Jiagabi*, 8(3), 163–169.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.
- Satyo, M. F. (2013). Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk Dan Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Garmen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(8), 1–19.
- Septya, N. N. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 141–152.
- Shahid, S., Ahmed, F., & Hasan, U. (2018). *A Qualitative Investigation Into Consumption Of Halal Cosmetic Products: The Evidence From India*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 484–503.
- Sherwani, M., Ali, A., Ali, A., & Hussain, S. (2018). *Determinants Of Halal Meat Consumption In Germany*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 863–883.
- Stephani, S. L., Yuliani, P. R., & Sylvie, N. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung*.
- Subianto, T. (2007). Studi tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustakabaru press.
- Sukiarti, L., H, L. B., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 1–26.
- Sulistiyono, N. Y. (2013). Gambaran Asupan Zat Gizi dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan. *Repository.Upi.Edu* 19, 19–29.
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108.
- Syahnaz, N. B. F., & Wahyuno. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Journal Management Analysis*, 32(2), 389–399.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2010). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol.2 No.8*, 475–487.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek : Peran Karakteristik Merek , Karakteristik Perusahaan , Dan Karakteristik Hubungan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 65–78.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102.
- Triana, D., & Widyarto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 1(1), 182–190.
- Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 9(5), 1–14.
- Wardana, D. (2011). Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 21–35.
- Wardana, I. M. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek the body shop*. 622–636.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2012). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.

Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2020). www.pom.go.id. Diakses pada pukul 09.14 WIB, 27 April 2020.

Kemenperin.go.id. (2016). Diakses pada pukul 13.02 WIB, 27 April 2020.

www.bps.go.id. (2020). www.bps.go.id. Diakses pada pukul 15.42 WIB, 4 Mey 2020.

www.forlap.ristekdikti.go.id. Diakses pada pukul 16.03 WIB, 12 September 2020.

