

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Husain at Tariqi, Abdullah, 2004. Ekonomi Islam Prinsip, Dasar dan Tujuan, Magastra Insania Press, Yogyakarta.
- Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Ancok, D. dan Suroso, F. N. 2011. Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchory, A. H., & Djaslim, S. 2010. Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung: Linda Karya
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21. Edisi Tujuh. Cetakan Ketujuh. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M.N. (2010). Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Jalaluddin, H. (2016). Psikologi Agama, Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (13th ed.; A. Maulana & Y. S. Hayati, eds.). Jakarta
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2014. Principles Of Marketing. Globa Edition. 14 Edition, Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Penerbit: Salemba Empat
- Purnama, N. 2011. Manajemen Kualitas: Perspektif Global. Ekonisia, Yogyakarta
- Resi, B. B. F. (2021). Teknik Pengumpulan Data. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, 347.
- Sangadji, M. E. & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. ed. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono, (2010): Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS, Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Syofian Siregar. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif (Pertama).
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogya
- Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : ANDI.

B. Jurnal

- Achmad, D. N. A., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(3).
- Ahmad, S., et., al. (2013). Museum Learning: Using Research as Best Practice in Creating Future Museum Exhibition. *Procidia-Social and Behavioral Science*. Vol. 105, 370-382
- Astogini, D., Wahyudin, W., & Wulandari, S. Z. (2014). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 13(1).
- Anis, Liya Monalisa. 2015. Pengaruh kualitas produk terhadap internasional Brand Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2015), Vol. 28, No. 2, November 2015.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bagiana, I. K., Putra, I. G. C., & Sunarsih, N. M. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Investment Opportunity Set Terhadap Kebijakan Dividen. *Prosiding Semnas Hasil Penelitian*.
- Biati, L., Suprpto, R., Mamlukhah, M., & Muliana, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah Mahasiswa IAIDA Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 148-159.
- Chaerudin, Satria Mulia, and Afriapoll Syafarudin. "The effect of product quality, service quality, price on product purchasing decisions on consumer satisfaction." *Ilomata International Journal of Tax and Accounting* 2, no. 1 (2021): 61-70.
- Iriani, Sri Setyo. "The effect of religiosity on the purchasing decision of halal labeled food product." *East African Scholars J Econ Bus Manag* 2, no. 10 (2019): 621-628.
- Farhan, F., & Andriansyah, Y. (2016). Factors affecting Muslim students awareness of halal products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 27-31.
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Harlofida, Demsie, Selly Veronica, and Yuni Istanto. "Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and E-Service Quality on Decisions on Purchase of Aesthetic Cosmetic Products Online in Yogyakarta and South Sumatera City." *ICBEEM 2019* (2020): 65-72.

- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 98-105.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174-186.
- Munadjat, Baliyah, Putri Nilam Kencana, and Ading Sunarto. "The influence of product quality and price on the purchase decision of Yamaha motorcycles at Pt. Jaya Mandiri Gema Sejati Cibinong Branch-Bogor." *International Journal of Social Science* 2, no. 1 (2022): 1075-1080.
- Rahman, A. 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.
- Rahmawati, L., & Fitriani, E. N. (2021, December). Purchase decisions of Muslim clothing influenced by halal lifestyle, product quality, price with religiosity as moderation. In *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)* (Vol. 1, pp. 269-281).
- Saputra, F. W., & Pratisti, W. D. (2022). Hubungan Antara Religiusitas Dan Konsep Diri Dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- 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.
- Paramitha, M. P., & Hasib, F. F. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Rabbani di Bunker Rabbani Pucang Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(6), 385-398.
- Prasasti, C. A., & Ekawaty, M. (2022). Pengaruh Label Halal, Pendapatan, Harga Produk, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hand Body Lotion (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Kota Malang). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 140-155.

C. Skripsi dan Thesis

- Akbar, K., & Lataruva, E. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Aulia, A. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Baihakki Zaini, A. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Produk Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur).
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Jayadi, D., & Santosa, S. B. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Rini, D. A. K. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Label Halal, Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Halal (Studi Empiris Pada Konsumen Kosmetik Wardah dikota Magelang) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Utami, E. D. R. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Celebrity Endoser dan Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Empiris Pembeli Produk Merk Wardah, Aishaderm dan Gizi di Padma Cosmetic) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Untari, S. (2017). Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang) (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).

D. Website

- <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022> (Diakses pada 06 Februari 2023 pukul 10.47 WIB)
- <https://jabar.bps.go.id/indicator/108/335/1/jumlah-penduduk-dan-agama-yang-dianut.html> (Diakses pada 10 Februari 2023 pukul 14.10 WIB)
- Website Wardah pada link: <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about> (Diakses pada 04 September 2022 pukul 14.24 WIB)
- Website Wardah pada link : <https://www.wardahbeauty.com/id> (Diakses pada 04 September 2022 pukul 15.41 WIB)
- <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-114> (Diakses pada 04 September 2022 pukul 16.39 WIB)