

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online mahasiswa di kota medan pada aplikasi shopee. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition) Vol.3 No.2*, 142-161.
- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-fatih Global Mulia Vol.5 No.1*, 45-56.
- Afridawati, N., & Caska, C. (2022). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARDAH COSMETIC DIKABUPATEN KAMPAR. *PEBKIS Vol.14 No.1*, 28-38.
- Alir, D. (2005). *Metodologi Penelitian*. Sumatera.
- Aliyah, L. I. (2023). Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Wardah di Kalangan Muslimah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia Vol.1 No.1*, 373-386.
- Aliyah, L. N. (2023). *Indonesian Journal of Multidisciplinary Volume 1 Nomor 1 Tahun 2023*, 373-386.
- Aliyah, L. N. (2023). Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Wardah di Kalangan Muslimah. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Vol.1 No.1*, 373-386.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Vol.6 No.2*, 96-104.
- Arifa, N. H., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management Vol.1 No.1*, 54-63.
- Arifin, Z. (2020). Metodologi penelitian pendidikan. *Jurnal Al-Hikmah Vol.1 No.1*, 1-5.
- Astiti, L. D. (2023). Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Tax and Finance Vol.1 No.1*, 1-10.
- Atika Zahari. (2018). Pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada masyarakat di kota Jember. *In Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III (SNMB3)*, 94-101.
- Ayuniah, P. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Vol.22 No.3*, 208-219.

- Damayanti, C. R. (2012). Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Konsumen (Studi Korelasi Terpaan Iklan di Majalah Selular Terhadap Perilaku Konsumen di Kalangan Mahasiswa DIII Periklanan angkatan 2010 dan 2011 FISIP UNS).
- Elma Sintya Sendi Pertiwi, A. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa S1 Aktif Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 9 No.1*, 288-297.
- Farisi, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital Vol.2 No. 1*, 1-19.
- Handayani, R., & Maulidah, S. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Toko Ranum Kosmetik Amuntai. *INOVATIF Vol.3 No.1*, 1-9.
- Hartimbul Ginting. (2011). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Manado. *Management Analysis Journal Vol.2 No.1*, 1-10.
- Intan, A. (2022). Model Keputusan Pembelian Produk Exclusive Matte Lipcream Wardah: Pendekatan Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi di Kota Jambi. 1-11.
- Izanah, A., & Widiartanto. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi pada mahasiswi FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.9 No.3*, 259-267.
- Jihan Shafira Prameswati Hulima, D. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.9 No.2*, 1167-1177.
- Juli, E. K. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.1*, 1-13.
- Lailita Siami, N. D. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK. *UG JURNAL VOL.12 NO.06*, 37-50.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol.2 No.3*, 59-72.

- Listyorini, S. (2012). Analisis Faktor-faktor gaya hidup dan pengaruhnya terhadap pembelian rumah sehat sederhana (Studi pada pelanggan perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.1 No.1*, 12-24.
- Malau. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.9 No.2*, 1167-1177.
- Maria, P. (2020). Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS) Vol.1 No.1*, 40-47.
- Nova, N. C. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada kalangan mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Vol.03 No.03 Oktober 2021*, 54-60.
- 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 Vol.4 No.2*, 1-13.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen Vol.8 No.1*, 42-49.
- Oktavia, T. (2022). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus: Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis). In Seminar Nasional Industri dan Teknologi. *In: Seminar Nasional Industri dan Teknologi*, 375-383.
- Patrisia, A. P. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Perilaku Konsumen Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Avoskin Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen Vol.12 No.1*, 1236-1246.
- Prabarini, A., & Budi Heryanto, P. A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Vol.1 NO.2*, 259-270.
- Pratama, C. A., & Reni Shinta Dewi, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.11 No.1*, 59-69.

- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi Vol.10 No.1*, 1-13.
- Putri Tasya, D. S. (2023). *JURNAL MAGISTER MANAJEMEN 12 (3)*, 238–246.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *eProceedings of Management Vol.8 No.5*, 50-62.
- Richadinata, K. R., & Astitiani, N. L. (2021). PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS BALI INTERNASIONAL. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 2*, 188-208.
- Rosita, D. &. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia Vol.4 No.4*, 494-505.
- Rosita, D. &. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia Vol.4 No.4*, 494-505.
- S, S. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM PADA WARDAH BEAUTY HOUSE YOGYAKARTA. 1-11.
- Samosir, L. S., & Yuliani Rachma Putri, S. N. (2015). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi Vol.15 No.2*, 233-240.
- Setianingsih, W. E. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *PROSIDING EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL Vol.1 No.1*, 1-15.
- Siami, L., & Hartanti, N. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *UG Jurnal Vol.12 No.6*, 37-50.
- Siami, Lailita; Hartanti, Nenik Diah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *UG Jurnal Vol.12 No.6*, 37-50.
- Sudjiono, E. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Vol.2 No.1*, 69-84.

- Sudjiono, E. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Vol.2 No.1*, 69-84.
- Suharsimi, A. (2006). metodologi Penelitian. *Yogyakarta: Bina Aksara*, 955-978.
- Suharsimi, Arikunto. (2006). Metodologi Penelitian. *Yogyakarta: Bina Aksara*, 955-978.
- Sukendri, N. (2018). Perbedaan Perilaku Belanja Antara Mahasiswa Dan Mahasiswi di STAH Negeri Gde Pudja Mataram. *Distribusi-Journal of Management and Business Vol.5 No.1*, 73-84.
- Sumiati. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM PADA WARDAH BEAUTY HOUSE YOGYAKARTA. 1-11.
- Syafrida Hafni Syahir, A. R., & Tarigan, E. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *Jurnal Konsep Bisnis&Manajemen Vol.3 NO.1*, 1-15.
- Ulfa, D. C. (2017). Pengaruh Diferensiasi Produk, Brand Image Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Centro Ambarrukmo Plaza Yogyakarta. *Prodi Manajemen*, 1-17.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen Vol.4 No.1*, 39-50.
- Widyaningrum, P. W. (2017). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Volume 6 No.2* , 83-98.
- Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains) Vol.6 No.1*, 138-145.
- Wulandari, L., & Saragih, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Watsons dan Guardian Mall Cipinang Indah. *Jurnal Pendidikan Tambusai Vol.6 NO.2*, 16330-16339.