

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliantini, I., & Salam, A. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1).
- Agustian, dan Sujana. (2013). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Walls Conello)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 1 No.2 Juli.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Burhan, Bungin. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* edisi 2 cet.7. Jakarta: Kencana.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN-MALIKI PRESS
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Prayitno, Dwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Henry Aspan, Iskandar Muda S, Ade Putri M and Husni Muharram R. (2017). *The Effect of Halal Label, Halal Awarness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decsion on Cosmetic Product*. Internatonal Jurnal of Global Sustainabillity.
- Juliansyah Noor. (2011). *Metodologi Penelitian* Jakarta: Kencana
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 6(2).
- Khuwaroh, K., Widarko, A., & ABS, M. K. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Islam Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 8(05).
- Kotler. P, dan Keller. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi Ketiga belas, Jilid Satu dan Dua. Jakarta : Prenhalindo.

- Kotler, P, dan Keller. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas, Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Gerry Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Elangga: Jakarta.
- Kurniawati, L. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah pada Mahasiswa IAIN Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Maholtra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jilid 1 edisi keempat. Jakarta: Penerbit PT.Indeks.
- Makmun, Mardian. Wardah Targetkan Kuasai Kosmetik halal di ASEAN, <http://www.beritasatu.com/penampilan/391294-wardah-targetkan-kuasai-kosmetik-halal-diasean.html> (Diakses 11 Oktober 2021).
- Muhammad. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Newman, Laurance W. (2003). *Sosial Research Methods : Qualitative and Quantitive Approach USA*: Ally & Bacon.
- Puspita, D. A., Ilmi, Z., & Lestari, D. (2019). *Pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah oleh mahasiswa program studi ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis universitas mulawarman*. Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM), 3(4).
- Rakhman Arief. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta : Kobis
- Ramadhani, F. (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Rizqia, Nur Ayu. (2013). *Pengaruh Faktor Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia)*. Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Walisongo Semarang,
- Sadzalia, S. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). *Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas*

medan area medan. JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN), 3(1).

Sari, F. M., Makhrian, A., & Buldani, K. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)*. Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 5(1).

Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Ed. 1 Cet. 2. Jakarta: Bumi Aksara

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, edisi kedua*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tranggono, R.I.S. (1996). *Kiat Apik Menjadi Sehat dan Cantik : Petunjuk Praktis Perawatan Kulit dan Penggunaan Kosmetik bagi Remaja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tranggono RI dan Latifah F. (2007). Jakarta : Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik, PT. Gramedia Pustaka Utama

Wasitaatmadja. (1997). *Penuntun Kosmetik Medik*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39-50.