

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Gimmeback di Kabupaten Kebumen*. 5(5), 551–564.
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Afriliantini, I., Salam, A., & Abdurrahman. (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). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.300>
- Amalia, R., Nasution, A. A., & Effendi, S. (2022). Pengaruh Iklan Dan Sertifikasi Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 33–51. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v3i1.6144>
- Beritajatim.com. (2019). *Wardah Luncurkan Colorfit Velvet Matte Lip Mousse Dalam 8 Varian Warna dan Kolaborasi Bersama Hivi*. Beritajatim.Com. <https://beritajatim.com/gaya-hidup/wardah-luncurkan-colorfit-velvet-matte-lip-mousse-dalam-8-varian-warna-dan-kolaborasi-bersama-hivi/>
- Bisnis, M. (2023). *Perkembangan Industri Kecantikan*. Daya.Id. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-1>
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(02), 77–92. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i01.936>
- compas.com. (2020). *77.6% Penjualan Lipstik di Toko Online Dikuasai Brand Lokal*. Compas.Com. <https://compas.co.id/article/penjualan-lipstik/>
- compas.com. (2022). *Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!* Compas.Com.
- Darmawan, I. G. D., & Pramudana, K. A. S. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 255. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p03>

- Fawwaz El-Farobie, S. I. P., Muharir, S. I. P., & Bagus Setiawan, S. I. P. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 115–124.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 GRAND THEORY TEORI BESAR ILMU MANAJEMEN, AKUNTANSI DAN BISNIS*. Yoga Pratama.
- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar _ Fresh. *Jurnal Ekomen*, 21(1), 58–68.
- Khotimah, N., & Ekonomi, F. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Label Halal Indonesia, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Di Wilayah Bekasi). *Agustus*, 3(2), 106–115. <https://goodstats.id/>
- Maitriani, C., & Nizar, A. (2020). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Realme Pada Rizky Ponsel Di Kecamatan Meureudu Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 3(2), 220–232. <https://doi.org/10.47647/jsh.v3i2.462>
- Masruroh, S. khoirul. (2022). Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i1.1229>
- Merlianti, L. (2021). Jurnal Manajemen Diversifikasi Jurnal Manajemen Diversifikasi. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 816–830.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Miswanto, M., Salsabila, I., & Kusmantini, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Pada Generasi Z Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 70–86. <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.444>
- Nazirah, N., & Parani, S. B. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Hasanuddin Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(2), 107–117. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i2.229>

- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Puspasari, M., Afrilliana, N., & Oktariani, O. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.32502/mti.v8i1.5941>
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2419>
- Sangadji & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan jurnal penelitian*. Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). ALFABETA BANDUNG.
- Suhadi. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK MEREK WARDAH Suhandi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian prod. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 75–79.
- T. Merlianti, N. L. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 816–830.
- Top Brand Award. (2022). *Top Brand Indeks Kategori Lipcream Wardah*. Top Brand Index. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>
- Tri Nabila Putri Andari, Putri Apria Ningsih, & Firman Syah Noor. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Kabupaten Muaro Jambi. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 118–129. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i2.738>
- Wardah Beauty. (2020). *Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse*. www.Wardahbeauty.Com. <https://www.wardahbeauty.com/id/product/make-up/colorfit-velvet-matte-lip-mousse>

Yevy Januarti Rosuda, & Ahmad Samingan. (2023). Pengaruh Label Halal, Sosial Media Advertising, Perceived Brand Interactivity Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Salatiga Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Interveing. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(2), 100–120. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i2.598>

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.

