

DAFTAR PUSTAKA

- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45-56.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2271>
- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah Di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/Dialektika.V6i1.470>
- Agustina, P. (2022). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rocket Chicken Di Kabupaten Kebumen (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.
- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641-647.
- Amalia, Atika. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Jakarta. *Journal Of Islamic Economics & Business* 2(2). 58.
- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 151-164.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1-10.
- Anggraini, F. N., & Sudarwanto, T. (2019:172) Pengaruh Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016-2019 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8 (3), 992-998.

- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGIO/Article/View/6719](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGIO/Article/View/6719)
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal Of Tax And Accounting*, 2(1), 61-70.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 180-196.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *Iqtishadequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1-10.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The Influence Of Halal Label, Product Quality, And Price On Purchasing Decisions. *Journal Of Finance And Islamic Banking*, 3(1), 95–133. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.2627>
- Fahmi, M. R. N., & Yahya, Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Di Richeese Factory Surabaya, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(7).
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.
- Fazirah, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246-254.

- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Firmansyah (2019) Sektor Strategi Pemasaran.
- Greenwood, (2016 :88) Marketing Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). The Influence Of Brand Image, Halal Label, And Halal Awareness On Customers Purchasing Decision Of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Hadi, S. N., & Al-Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, Dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen Pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15, 131–142.
- Haryono, S. (2016). Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen. Jakarta In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*.
- Illahi, A. T. F. K. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Garnier Men Di Lumajang.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken. *Edunomika*, 4(1), 103-113.
- Kadeari, N. L. E., & Heryanda, K. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Bali. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 276-283.
- Kotler, P. & G. Armstrong, 2018. Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. And Keller, K.L. 2016. Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

Kotler & Keller, 2013. Manajemen Pemasaran.

Kumparan Style. (2023). Diakses 25 Maret Dari Kumparan.Com.

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Iqtishadequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/Iej.V2i2.764>

Pengaruh Label Halal, Religious Commitment, Brand Ambassador Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*. 1 (3). 494.

Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(10).

Markonah. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Jakarta. *Journal Of Islamic Economics & Business* 2(2). 157.

Nadifah, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. *Journal Of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 53-62.

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).

Nurmaya Adianti, S., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.59729/Alfatih.V5i1.60>

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(2020), 357-380.

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(2020), 357-380.

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengosak, D. J., & Pasharibu, Y.

- (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Univer. E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9.4 (2020):357-380, 9.4, 357–380.
- Prakoso, A.B, Negoro, N.P, Dan Persada, F.S. (2019) *Analisa Strategi Pemasaran*, Abad 21. Jakarta
- Putra, Sakti. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara). *Jurnal Ekonomi Islam*. 5 (2). 357.
- Rahayu, Dian Sri. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Persepsi Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik YOU Di Terang Beauty Demak). *Journal Of Management & Business*, 5(1). 183.
- Royan, (2016, Hlm. 88) *Analisa Strategi Pemasaran*, Abad 21. Jakarta.
- 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).
- Saprianti, Rika. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 4 (2).169-170.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53-60.
- Situmorang, & Augusty, (2017). *Analisis SWOT, Keputusan Pembelian Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Stanner S, Thmpson R, & Butriss JL. 2009. *Healty Ageing: The Role Of Nutrition And Lifestyle* British Nutrition Foundation. Wiley-Blackwell: Oxford.
- Stephani, Ligia. (2019). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*. 15 (2). 233.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabet.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabet, CV.

Suliyanto., (2018) Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, Dan Desertasi. Edisi I Yogyakarta: Andi.

Top Brand Award. (2020). Diakses 25 Maret 2023 Dari [Http://Www.Topbrand-Award.Com](http://www.Topbrand-Award.Com)

Vega, Fitria. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Prefrensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. Jurnal Ilmiah. 2 (6). 7.

Yulistria, Resti. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. Jurnal Swabumi.11 (1). 14.

Wardah, K. (2020). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 151-164.* 3, 151–164.

Wijaya (2018) Kualitas Produk.