

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Aini, S. F., Hendrsato, N., & Haidar, A. (2024). Assessing the Impact of Marketing Mix and Halal Awareness on Consumer Purchase Behavior : A Case in Indonesia. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 4(1), 1–18.
- Akbar, G. P. N., Rachmawati, E., Widhiandono, H., & Ikhsani, M. M. (2023). Analisa Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bloods Clothing di Barlingmasca). *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 151–163. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11064>
- Akbar, R. D., & Wasino. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Solaria. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76105>
- Annafa, R. U., Setiyono, W., & Sari, H. M. K. (2024). Analysis Brand Image, Product Quality, and Brand Ambassador on Customer Purchase Decision for Scarlett Whitening Product in Sidoarjo. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4), 3611–3624. <https://doi.org/10.37676/EKOMBIS.V12I4.6529>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. DEEPUBLISH.
- Arista, K. C., & Fikriyah, K. (2022). The Effect of Halal Label, Price, and Song Joong Ki as Brand Ambassador on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products in Sidoarjo Regency. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/VOL9ISS20224PP453-466>
- Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 228–245.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.

- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada Konsumen Produk Skincare Ms. Glow di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065–1069. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Banyumaskab.bps.go.id. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin*. BPS Kabupaten Banyumas. <https://banyumaskab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzMjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- Belvia, S., Suhendry, W., & Handayani, E. F. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Saltxsucre Pontianak. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 31–42. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46226>
- Desmirasari, R., & Hikmah. (2024). The Influence of Brand Image, Electronic Word of Mouth, and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions For Marina Products in Batam City. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 268–275. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1594>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762–766. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Evanthi, O. D., Hidayah, A., Rachmawati, E., & Endratno, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Purwokerto. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1475–1486. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2023>
- Fajriah, R. A., & Susilo, E. (2024). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Generasi Z dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4435–4444. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Febrianti, E. R., Utami, R. F., Rahayu, T. S. M., & Purnadi. (2024). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Online Consumer Review on Purchasing Decision for The Originote Products. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 3(9), 4085–4100.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.

Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 154–167. <https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Hakim, A., Sugihantoro, H., Maulina, N., Nasichuddin, A., Setiawan, A. M., & Nicotiana, D. A. (2024). The Influence of Perception of Halal Labels and Brand Image on Cosmetic Purchasing Decisions Among Millennials. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(2), 110–119. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i2.37077>
- Handayani, M. R. D. Y. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Beauty Produk Skincare Bening's di Kota Surabaya. *EKONIKA : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 7(2), 334–350. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v7i2.3220>
- Hari, L. D., & Yudhiantoro, D. (2021). The Influence of Halal Labels, Brand Image, and Product Quality on the Decision to Purchase Pop Mie Cup Instant Noodle Products. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 120(12), 123–135. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2021-12.13>
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., Rahayu, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 209–222.
- Hikmah, J. W., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 140–157. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Hudzaifah, Y., Sari, W. P., & Andriyani, R. (2024). Halal Awareness, Brand Image, and Viral Marketing: Three Key Factors Influencing Purchasing Decisions for Halal Skin Care and Cosmetics Products in Pontianak. *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 42–58. <https://doi.org/10.24269/ekulibrium.v19i1.2024.pp42-58>
- Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 163–175. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>

- Istikhomah, I., & Marwati, F. S. (2021). Purchase Decision in View of Brand Image, Product Quality, and Promotion. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 29–34. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i1.1533>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed.). ANDI.
- Kusuma, D. A., Putra, F. I. F. S., & Rahayuningtyas, T. E. (2024). Mengungkap Pengaruh Label Halal, Kualitas Pelayanan, Bukti Fisik, dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Semarang. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(2), 302–316. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/nusamba.v9i2.21456302>
- Lemon8-app.com. (2024). *Review Body Lotion Marina Uv White*. Lemon8. <https://www.lemon8-app.com/@mariaoctavianni/7291083995977155074?region=id>
- Nadella, A. A., & Khasanah, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Dompot Digital, dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Daring Makanan Impor di Lokapasar Indonesia. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(1), 1–18.
- Nursyawal, A. H., Listyaningrum, R. S., & Amelianawati, M. (2023). Kajian Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *Jurnal Agroindustri Halal*, 9(1), 92–99. <https://doi.org/10.30997/jah.v9i1.6407>
- Permata, I. S., & Kaban, R. F. (2022). The Effect of Halal Labelization, Price, and Promotions on The Purchase Decision of Samyang Noodles in Greater Jakarta. *Journal of Islamic Economics & Social Science*, 3(1), 9–24. <http://dx.doi.org/10.22441/jiess.2022.v3i1.002>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.

- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITHEKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Pressrelease.id. (2023). *Maksimalkan Potensi Gen Z, Marina Beauty Journey 2022 Jadikan Bintang Marina Bersinar*. Pressrelease.Id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/maksimalkan-potensi-gen-z-marina-beauty-journey-2022-jadikan-bintang-marina-bersinar>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. ALFABETA.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A Moderating Role of Halal Brand Awareness to Purchase Decision Making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 542–563. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>
- Rahayu, E. M. (2023). *Komitmen Marina Hadirkan Hand & Body Lotion yang Halal*. SWA Media Inc. <https://swa.co.id/read/143187/komitmen-marina-hadirkan-hand-body-lotion-yang-halal>
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 64–76.
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ariescy, R. R. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 405–419.
- Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1143–1151. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3309>
- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 8(1), 73–86. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8i1.1610>
- Rizki, M., & Santosa, A. (2024). The Effect of Product Quality, Electronic Word of Mouth and Lifestyle on Purchasing Decisions in Generation Z. *Jurnal*

Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(3), 565–574.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2524>

Rumanis, A., & Suwendra, I. W. (2024). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 73–80.
<https://doi.org/10.23887/EKUITAS.V12I1.79786>

Sahabatmarina.com. (2025). *Marina Hand and Body Lotion*. Sahabat Marina.
<https://www.sahabatmarina.com/product/category/hand-body-lotion>

Salim, A., Yusta, R. N., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali Kota Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(14), 159–168. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2015>

Salsabila, F. R., Alfalisyanto, Rahayu, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Brand Ambassador, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5147–5163.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2344>

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen*. ANDI.

Sarasi, V., Helmi, A., & Burhanudin, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Desain Kemasan terhadap Pembelian Mie Instan Impor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 105–115.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885> DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885>

Sari, R. W., Yurasti, & Endarwita. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Barang Online di Shopee. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 641–646. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.605>

Setiawan, B. D., Hariasih, M., & Sari, D. K. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MS Glow di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8(1), 351–367.

Simatupang, S. R., Pudjoprastyono, H., & Mandasari, V. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1071–1077. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2035>

- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38–43. <https://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/1710%0Ahttps://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/viewFile/1710/1091>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Kedua). ALFABETA.
- Sumiati, & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek pada PT. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2(1), 44–50.
- Syafa'at, F., Astuti, H. J., Hidayah, A., & Innayah, M. N. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Kepercayaan Konsumen, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Purwokerto Pengguna Tiktok Shop. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1487–1496. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2027>
- Temposcangroup.com. (2023). *Tempo Scan Group Produk Konsumen*. Tempo Scan Group. <https://www.temposcangroup.com/id/produk-layanan/womenpersonalcare/marina>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. ANDI.
- Topbrand-award.com. (2025). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award*. Top Brand Award. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Wardani, D., Veronica, M., & Wulandari, T. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Eonnie KPOP Store Palembang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 6437–6447.

Widiarti, A., Syamiya, E. N., & Supriatin, U. (2024). Pengaruh Kualitas, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 962–976. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1076>

Wulansari, O. A., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kosumen Maybelline Super Stay Matte Ink di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 241–247. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.968>

Yudha, A. T. R. C., & Haryono, S. (2024). Millennials Consumer Behavior and It's Influence on Purchase Decisions of Halal Cosmetic Products. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 8(1), 83–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/aluqud.v8n1.p83-95>

