

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2015). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kosmetik ( Studi Pada Swalayan Grand Hero di Kota Palu ). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Produk Kosmetik*, 1(3), 271–278.
- Aditya, D. (2013). *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*. 1–37.
- Ammirullah. (2002). Perilaku Konsumen. In *Edisi Pertama* (Cetakan Pertama). Graha Ilmu Jakarta.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 118–124.
- Arifuddin, R. R., Rahman Kadir, A., & Kadir, N. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 2, 92–108.
- Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2).
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Cahyowulan, S. A. P. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa yang Kuliah di Yogyakarta)*. 15(29), 7577–7588.
- De Melo, M. (2014). *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*. *Journal of Supercritical Fluid Extraction of Vegetable Matrices: Applications, Trends and Future Perspectives of a Convincing Green Technology, University of Aveiro : Portugal*.
- Deisy, M., Lapijan, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.

- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22(1), 11–25.
- Farmasetika, M., Farmasi, F., & Padjadjaran, U. (2017). *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya*. 2(1), 12–15.
- Fathi, E., Zailani, S., Iranmanesh, M., & Kanapathy, K. (2016). *Drivers Of Consumers' Willingness To Pay For Halal Logistics*. *British Food Journal*, 118(2), 464–479.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Guthrie, M., Kim, H. S., & Jung, J. (2008). *The Effects Of Facial Image And Cosmetic Usage On Perceptions Of Brand Personality*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2), 164–181.
- Indika, D. R., & Lainufar, S. (2015). *Eksplorasi Sikap Konsumen Terhadap Kosmetik Halal (Studi Kasus: Wardah)*. 55–64.
- Intansari, D. (2019). Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Kalangan Model Hijabers Di Kota Surabaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kaswengi, J., Diallo, M. F., Akrou, H., & Valette-Florence, P. (2020). *Choosing High-Equity Cosmetic Brands In Bad Macroeconomic Conditions: Evidence From Panel Data*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(4), 305–325.
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 1, 193–198.
- Kusumawardani, D. A. (2011). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer (Studi kasus di Mahkota Wedding and Event organizer Semarang)*. Xi, 1–52.
- Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280.
- Larasati, A., Rahayu, S., Hati, H., & Safira, A. (2018). *Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal*. 8(April), 105–114.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Liesander, I., Dharmayanti, D., Si, M., Ph, D., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *Pengaruh Digital Marketing*

*Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur.* 1–13.

- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24.
- Marwati, S., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2014). *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Blackberry Di Universitas Diponegoro Semarang)*. 1–10.
- Moech. Nasir. (2009). Studi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian air minum aqua di kota surakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 0271*, 57–83.
- Muslim, S. B., Mashuddin, & Tahir, M. (2014). Pergeseran Identitas Mahasiswa: Korelasi Religiusitas dan Perilaku Mahasiswa IAIN Mataram. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 10 No 02.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9.
- 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), 171–179.
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandangan Harga Telunjuk.Com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46.
- Oktaviani, N. (2013). Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Oliveira, R. (2016). Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan. *Jurnal Universitas Lamongan*, 147(01), 11–40.
- Panzu, & Aditya. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Farzy. *E-Prceeding of Management*, 2(3), 4–5.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Prabowo, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua. *Jurnal Manajemen*.
- Prasetyo, P. E. (2016). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek*. 45–46.

- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 202–224.
- Putri, Nadia, N., & Haryono. (2016). Efektifitas Atmosfer Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli. *Journal of Management*, 2(2).
- Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). *Consumers And Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude And Intention*. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Sa'diyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi Pt . Prudential Life Assurance Cabang Sukun. *Jiagabi*, 8(3), 163–169.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.
- Satyo, M. F. (2013). Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk Dan Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Garmen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(8), 1–19.
- Septya, N. N. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 141–152.
- Shahid, S., Ahmed, F., & Hasan, U. (2018). *A Qualitative Investigation Into Consumption Of Halal Cosmetic Products: The Evidence From India*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 484–503.
- Sherwani, M., Ali, A., Ali, A., & Hussain, S. (2018). *Determinants Of Halal Meat Consumption In Germany*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 863–883.
- Stephani, S. L., Yuliani, P. R., & Sylvie, N. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung*.
- Subianto, T. (2007). Studi tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Sukiarti, L., H, L. B., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline ( Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang ). *Journal of Management*, 2(2), 1–26.
- Sulistyono, N. Y. (2013). Gambaran Asupan Zat Gizi dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan. *Repository.Upi.Edu* 19, 19–29.
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108.
- Syahnaz, N. B. F., & Wahyuno. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Journal Management Analysis*, 32(2), 389–399.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2010). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol.2 No.8*, 475–487.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek : Peran Karakteristik Merek , Karakteristik Perusahaan , Dan Karakteristik Hubungan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 65–78.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102.
- Triana, D., & Widyanto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 1(1), 182–190.
- Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 9(5), 1–14.
- Wardana, D. (2011). Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 21–35.
- Wardana, I. M. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek the body shop*. 622–636.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2012). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.

*Badan Pengawas Obat dan Makanan.* (2020). [www.pom.go.id](http://www.pom.go.id). Diakses pada pukul 09.14 WIB, 27 April 2020.

*Kemenperin.go.id.* (2016). Diakses pada pukul 13.02 WIB, 27 April 2020.

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). (2020). [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada pukul 15.42 WIB, 4 Mey 2020.

[www.forlap.ristekdikti.go.id](http://www.forlap.ristekdikti.go.id). Diakses pada pukul 16.03 WIB, 12 September 2020.