

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2017). Consumers Demand On Halal Cosmetics And Personal Care Products In Indonesian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics) vol 9 no 1 January*, 125-142.
- Amrillah, Q., & Brawijaya, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Syarikah vol 2 no 2 Desember*, 296-311.
- Budiyanto, T., Kojo, C., & Tawas, H. N. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 488-500.
- Bulan, T. P., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6 No.2 November*, 729-739.
- Cahyani, N. S., Lopian, S. J., & Tumiwa, J. (2017). The Effect Of Brand Image, Perceived Price, And Perceived Quality On Consumer's Purchase Decision Of Pond's Skin Care Product. *Jurnal EMBA vol 5 no 2 Juni*, 354-362.
- Cahyawati, D. A. (2017). Analisis Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Matte Pixy di Hypermart Kota Kediri. *Simki-Economic vol 2 no 18*, 1-9.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. (2019). Pengaruh Label halal Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Ekonomi dan Bisnis*, 180-196.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna p-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056 vol 7 no 2 Oktober*, 233-261.
- Katili, B., Mandey, S. L., & Saerang, I. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha di Fortindo Audio Manado. *Jurnal EMBA*, 91-100.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 90-97.
- Majid, M. B., Sabir, D. I., & Ashraf, T. (2015). Consumer Purchase Intention towards Halal Cosmetics & Personal Care Products in Pakistan. *Global Journal of Research in Business & Management vol. 1, no. 1 May*, 47-55.
- Malina, H. (2015). Pengaruh Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Dengan Selebritis Endorser Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan vol. 15, No. 2 Juni*, 196-202.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merk Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal vol. 4 ,no. 2*, 171-179.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prayetno, E. B. (2018). Pengaruh Perilaku Religius Terhadap Niat Pembelian (Buying Intention) Produk Kosmetik Berlabel Halal di Kota Banda Aceh (Studi Pada Mahasiswa/i Pemakai Kosmetik Merk Wardah di Kota Banda Aceh) . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen vol. 3, no. 3*, 102-112.
- Rahmawati, P. (2016). Pengaruh variasi produk, harga dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang roti breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 12 Nomor 1*, 89-98.
- Restiana, S., & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian. *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April*, 817-823.

- Rossanty, Y. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Mperating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools vol. 6, no.1 Juni*, 73-81.
- Samosir, C. B., & K, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk nervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 1, No 3. November*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1-2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, M., & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang dimediasi oleh Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis vol. 12, No. 1 Januari-Juni*, 75-88.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif fan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfa Beta.
- Tarigan, E. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen vol. 3, no.1 November*, 47-61.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, vol. 4, No. 2 Desember*, 83-98.