

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): 117–120.
- Afriyadi, A., Sosiady, M., & Nurnasrina. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga dan Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Religiusitas sebagai Variabel Intervening pada Produk HNI-HPAI di Kecamatan Bengkalis. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Humaniora*, 2(2), 128–159.
- Fadila, I., Minerva, P., & Astuti, M. (2020). *Hubungan Pengetahuan Kosmetika dengan Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Siswa Kelas XI Jurusan Tata Kecantikan SMK Negeri 7 Padang*. *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan*, 1(2), 75–81. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Hayet. (2020). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Bukittinggi). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 17–28.
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on the Purchasing Decision Process of Wardah Cosmetics by Using Brand Image as an Intervening Variable. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 2(1), 139–155.
- Irawan, S. N., & Saputra, F. (2023). Analysis of the Influence of Brand Image, Halal Label, and Consumer Reviews of Purchase Decisions Wardah Cosmetic Products. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 534–546.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Matondang, Z., Nasution, H. F., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1): 19–29.
- Matondang, Z., Nasution, H. F., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–21.

- Nurudin. (2023). Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA: Journal Economic, Management and Business*, 2(1): 1–4.
- Nuridin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 111–114.
- Prasasti, C. A., & Ekawaty, M. (2022). Pengaruh Label Halal, Pendapatan, Harga Produk, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hand Body Lotion (Studi pada Mahasiswi Muslim di Kota Malang). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1): 140–155.
- Saprianti, R., & Nursanjaya. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah di Kota Lhokseumawe. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2): 168–177.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Surya, A. P., & Kurniawan, A. (2021). The Effect of Product Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Halal Cosmetic Products in Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(04), 1–17.
- Syafrianita, N., & Asnawi, M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2): 31–40.
- Wulandari, I., & Handayani, T. (2021). The Factors Influencing Purchase Decisions in choosing Halal Cosmetic Products (Case Study of Emina Cosmetic Products). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(1), 49-53.
- Uliya, Z., Zulhadi, T., & Mahyarni. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Kota Bengkalis). *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking*, 1(2), 106–114.