

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, V. A. (2011). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Reaserch. Service Quality*. 2015-220.
- Ahmad, F. A. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris dalam Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta di Ella Skin Care). Publikasi Ilmiah.
- Aini, Zahratul. 2014. *Relationship Wardah Cosmetics Brand Image of Consumer Buying Decision on Student Faculty of Psychology of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Etheses*.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior*. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds). *Handbook of Theories of Social psychology*. London: UK: Sage.
- Amelia, N. 2019. Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening pada Sari Ayu Martha Tilaar. Repository UNJ.
- Anggraeni, Z. 2017. Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. Skripsi. UIN Sunan kalijaga Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:PT Rineka Cipta.
- _____. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aspan, Henry. 2017. *The Effect of Halal Label, Halal Awarness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)*. *International Journal of Global Sustainability*. Vol. 1, No. 1, hal 55-66.
- Atik, Ratnawati. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap *Brand Image* pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof. dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*. Vol.1 No. 1.
- Elvira, D. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, *Brand Image*, Gaya Hidup dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah: Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Jabodetabek.

- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP UNDIP. Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Model Persamaan Struktural; Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (USA, Ed) (7th ed). New Jersey: Pearson.
- Hapzi Alil, Evi Narulita, Adi Nurmahdi. 2018. *The Influence od Service Quality, Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*.
- Harie Lutfie, Erdita Puspa Puji Suzanti, Osa Omar Sharif, Dini Turipanam Alamanda. 2015. *Which is More Important? Halal Label or Product Quality. 3rd International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLO)*.
- Hidayat, W. G. 2018. Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Citra Merek (*Brand Image*) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada *Fans Page Facebook Wardah Cosmetics*).
- Indah Siti Mahmudah dan Monika Tiarawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA)*. Volume 6 No. 2.
- Irwanty L. Situmorang. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja di Kota Pekanbaru. *JOM Fekon*. Vol. 4 No. 1 Februari 2017.
- Karolina Widiastuti dan Sunarti. 2017. Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas, Harga, dan Nilai Konsumen Wanita Muslim Terhadap Citra Merek Kosmetik Berlabel Halal (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 51 No. 1.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2014). *Principle of Marketing (Global Edition)*. Pearson:New Jersey.
- _____. (2017). *Principle of Marketing (Global Edition)*. 17th Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- _____. (2018). *Principle of Marketing*. 15th Global Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- _____. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2016). *Marketing Management (Global Edition)*. 17th Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Leonard, Daryanto, H. K.S., Sukandar, D., Yusuf, E. Z. 2014. *The Loyalty Model of Private University Student*. *International Research Journal of Business Studies*. Vol. 7, No. 1, pp. 55-68.
- Leonardo, Ricky., Erwan. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: PT. Lung Xiang Indonesia). *Undegraduate Thesis*, Library Bina Nusantara, http://library.binus.ac.id/Collections/ethesis_detail/2012-2-00128-MN.
- Mahyarni. 2013. *Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal ElRiyasah*. 4(1), 13-23.
- Majalah Survei/VIII/Tahun II/Januari/2018.
- Melinda Desy Wahyuni. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Jurnal Manajerial*. Vol. V No.1 April 2018.
- Nur Arifa, Hartono, Tri Palupi Robustin. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Journal of Organization and Business*.

- Nidia Sri Cahyani, S.L.H.V. Joyce Lapijan, Johan Tumiwa. 2017. *The Effect of Brand Image, Perceived Price, and Perceived Quality on Consumers' Purchase Decision of Pond's Skin Care Product*. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2:354 – 362.
- Paul C. S. Wu, Chieh-Ru Hsiao. 2011. *The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands*, *Australasian Marketing Journal (AMJ)* Vol. 19, Issue 1.
- Peraturan Pemerintah No 69 Tahun 1999 Tentang Label Halal dan Iklan Pangan.
- Peter, Paul, J., Olson Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Riris Roisah dan Dwiza Riana. 2016. Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Ecodemica*. Vol. IV No.1.
- Schiffman., dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business*. Edisi 1 and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, J. Nugroho. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Suciasari, Isti. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga dan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Wardah di Elisha Beauty, Semarang). Semarang: Universitas Stikubank.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartik, Lilik Indayani, and Zahratul Jannah. 2019. "The Influence of Halal Labelization, Brand Image and Product Quality Towards Consumer Purchase Decisions of Wardah Cosmetic Product." *International Conference on Economics, Management, and Accounting*, KnE Social Sciences 13–21.

Tjiptono, F. (2008). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 *Tentang Jaminan Produk Halal*.

Utami, Anindya Putri. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Facial Foam Melalui *Brand Image* (Studi Kasus Pada Pengguna Pond's Facial Foam Semarang) *Undergraduate thesis*, Universitas Islam Sultan Agung.

Utami, dan Wahyu Budi. 2013. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

Valentine, P., Tumbel, A., & Wenas, R. (2014). Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 3.

Vallarie A. Zeithaml, M. J. (2011). *Service Definition*. Dalam J. A. Fitzimmons, *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw Hill.

_____. 2018. *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.

Daftar Pustaka dari Website

www.topbrand-award.com (diakses pada tanggal 23 Desember 2019)

www.seputarkudus.com (diakses pada tanggal 23 Desember 2019)