

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2019). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Salatiga dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- 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
- Asriyah, D. R. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Labelisasi Halal dengan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Kaiman, Dwi A, dan Sri Setyo Irani. 2018. Pengaruh Green Product dan Citra Perusahaan Pada Minuman Isotonik Hydro Coco Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengunjung Minimarket Wilayah Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 501-507.
- Kamilah, G. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Kotler and Amstrong. 2015, *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth edition , England: Pearson Education, Inc
- Naufal, M. F. (2014) *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Sbyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude untuk meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Merek Wardah di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Nugrahenidan Dwiyanto. 2016. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota

- Avanza dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT Nasmoco Majapahit Semarang). *Journal of Management*. Vol 5 No1: 1-13.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya:Media Sahabat Cendekia
- Panday, R. (2018). Strategi Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi Untuk Penguatan Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia Tenggara: Studi Kasus, 101–105. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5dbt8>
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Universitas Udayana
- Regina et al. 2018. Effect of product quality, location and price on purchase with consumer purchase interest as intervening variable (RM. Gudeg Bu Dul Banyumanik Semarang).
- Rizki, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store Mall Ska Pekanbaru). *Jom Fisip*, 5, 1–12.
- Sugiono, 2022, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukron, A. R. M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Islamic Branding dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (p. 2014). Andi Offset,.
- Tjiptono, F. and Diana, A. (2019) *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wasis, K. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga terhadap Minat Beli Tablet Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(3).
- cnnindonesia.com, Mengenal ketentuan kosmetik berlabel halal dan LPPOM MUI, 2018. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180329232035-277-287005/mengenal-ketentuan-kosmetik-berlabel-halal-dari-lppom-mui>. (11 Januari 2023)
- Halal MUI, Tentang LPPOM MUI, 2018. [Online]. Available: http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/130/1511/page/1 (11 Januari 2023)

<http://topbrand-award.com/> (26 desember 2022)

<https://kumparan.com/mutiarasyifa2809/perkembangan-sektor-kosmetik-industri-halal-di-indonesia-1xkhD6HFif4/full> (11 Januari 2023)

<https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/08/pt-paragon-technology-and-innovation-9> (26 desember 2023)

Kementrian Perindustrian, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%, 2018. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. (11 Januari 2023)

liputan6.com, Melihat industri kosmetik halal yang semakin berkembang, 2019. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3878062/melihat-industri-kosmetik-halal-yang-semakin-berkembang> (11 Januari 2023)

, 2021. Pedoman Penyusunan Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.