

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, Rifky, and Cecep Hermana. Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 1 (2023): 398–408.
- Aeni, Nur, and Maya Tri Lestari. Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 1, no. 2 (2021): 117–26.
- Aferonika, Dista, and Mulyo Budi Setiawan. The Influence of Lifestyle, Halal Label, and Price Perception on the Purchase Decision of Wardah Lipstick. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2021): 16–22.
- Ahmad Fauzy, dkk, (2022), *Metodologi Penelitian*. Purwokerto: PENA PERSADA
- Amin, Mia Adisty, and Lucky Rachmawati. Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 3 (2020): 151–64.
- Anwar, Muh Khoirul, Rini Rahayu Kurniati, and Dadang Krisdianto. Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Sport Station Dinoyo Kota Malang). *Jiagabi* 11, no. 1 (2022): 97–104.
- Ari Rachman Haryadi, Rayhan Gunaningrat, Agus Suyatno. Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bismak* 2, no. 2 (2022): 9–17
- Chairunnisa, Riza, Yuniman Zebua, and Pitriyani Pitriyani. The Influence of Price Perception, Product Quality, Promotion, Brand Image on Repurchase Intention of Wardah Lipstick Products (Study on Customers of UD. Ghaisani Cosmetics Rantau Prapat). *International Journal of Science, Technology & Management* 3, no. 3 (2022): 754–62.
- Chinna, Defrisan Frand Giany, Agus Supandi Soegoto, and Woran Djemly. Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 295.

- Cristimonica, J, and M B Setiawan. The Effect of Addressing Attraction, Price Perception and Electronic Word of Mouth (Ewom) on the Purchase Decision of You *JIM UPB (Jurnal Ilmiah ...* 10, no. 1 (2022): 59–65.
- Fenti Hikmawati, (2020), *Metodologi Penelitian*, Depok: Raja Grafindo Persada
- Genoveva, Genoveva, and Nadira Noor Utami. The Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 355.
- Ghozali, (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunantha, Ilyas, and Ali Maskur. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang. *SEIKO Jurnal of Manajement and Business* 3, no. 3 (2022): 649.
- Hapsoro, Bayu Bagas, and Wildan Ainul Hafidh. The Influence of Product Quality and Brand Image on Repurchase Intention of Halal Cosmetic Products in E-Commerce. *Journal of Business and Entrepreneurship* 7, no. 1 (2018): 40–50.
- Iriani, Francly, and Rini Indriyani. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Masitoh, Imas. Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik). *Journal Transformation of Mandalika* 3, no. 2 (2022): 28–35.
- Maulana, Edho, Indri Setianingrum, and Vicky F Sanjaya. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Lampung Utara). *Upajiw Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakya* 5, no. 2 (2021): 93–100.
- Mochammad Juli Prima Dhani dan Sasi Agustin. Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk , Promosi , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow for Men. *Ilmu Dan Riset Manajemen* 11 (2022): 1–17.
- Mukharromah, Gabrielle Lailatul, and Resty Rahmatika. The Effect of Halal Labels on Purchasing Decisions for Wardah Cosmetics of Students Islamic Building School of Jagad 'Alimussirry. *Journal Intellectual*

Sufism Research (JISR) 3, no. 1 (2020): 83–86.

- Munawaroh, Munawaroh, Yesi Gusteti, and Fenesy Resty. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 3, no. 2 (2021): 170.
- Nurunnisha, Gina Apryani, Roeshartono Roespinoedji, and Djoko Roespinoedji. Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin, Brand Ambassador on Purchase Intentions: A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E-Commerce Company, Indonesia. *Review of International Geographical Education Online* 11, no. 1 (2021): 573–82.
- Putri, Yuni Adinda. Peran Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Terapan* 6, no. 2 (2022): 197–206.
- Ribhah, Nailatur, Maslichah, and Harun Alrasyid. Pengaruh Brand Image, Label Halal Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* 3, no. 2 (2022): 155–66.
- Riswandi, Riki, Toha Rianto, and Noornissa Sarah Ginanjar. Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 4, no. 2 (2022): 1018–28.
- Robi'ah, Dinka Wardah, and Medi Nopiana. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management* 5, no. 1 (2022): 433–41.
- Sahidillah Nurdin; Pika Nilam Cahya Setiani. Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Sain Manajemen* 3, no. 2 (2021): 111–22..
- Satriawan, Lussy Putri, and Asron Saputra. Brand Image, Kreativitas Iklan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Shopee Di Kota Batam. *Dynamic Management Journal* 7, no. 1 (2023): 144.
- Septiyani, Rizka, Sri Rakhmawati, and Budiasih. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Prosiding Seminar Nasional Indonesian R Summit* 1, no. 1 (2020): 195–209.
- Situmorang, Silvia Betrice, and Haris Herdiansyah. Brand Ambassadors Influence on Brand Image and Consumer Purchasing Decisions. *Expose: Jurnal*

Ilmu Komunikasi 5, no. 1 (2022): 64.

Sugiyono, (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suleman, Dede, and Fahira Adya Prasetyo. The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On Product Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 3 (2022): 932–40.

Sumaryanto, Widajanti, and Nani Irma Susanti. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* 9, no. 1 (2022): 93–110.

Utami, Ratih Hesty. Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal. *BMAJ: Business Management Analysis Journal* 2, no. 1 (2019): 68–77.

Zebuah, Ade Jermawinsyah. Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, no. 2 (2018): 61–68.