

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa, Lisa, Sepris Yonaldi, dan Hesti Mayasari. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Kaoperasi Serba Usaha Kabupaten Solok).” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7(3):1–13.
- Bambang, Sarmila. 2018. “Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo.” Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran*. In: Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat. Universitas Terbuka, Jakarta, pp. 1-38. ISBN 9789790115804
- Duwi, Priyatno. 2016. *SPSS Handbook*. Yogyakarta: MediaKom Publisher.
- Fadhillah, Noor. 2023. “Pengaruh *Word of Mouth Communication, Influencer Trustworthiness*, dan Halal Labeling Product terhadap Purchase Decision Produk Make Over Kosmetik.” Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Faisal, Denny M., Rita Tri Yusnita, and Mila Karmila. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen Gerai Alle’Chantre Tasikmalaya).” *Journal of Management, Economic, and Accounting* 2(1):45–54.
- Fatahila, Yen. 2021. “7 Brand Makeup Lokal Yang Wajib Kamu Cobain.” *Atome*. Retrieved (<https://www.atome.id/blog/7-brand-makeup-lokal-yang-wajib-kamu-cobain>).
- Fitri, Santi Ainun. 2021. “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Iklan Televisi, Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Make Over Di Kabupaten Lumajang.” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang.
- Ghozali. 2016. “Memahami Uj F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear.” *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Haasiani, Nova. 2023. “Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing.” *Compas.co.id*. Diakses November 29, 2024

(<https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>).

- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hayet. 2019. “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak.” *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 10(1). doi: 10.32678/ije.v10i1.119.
- Indriyani, Fitri, and Asep Muslihat. 2023. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover (Studi Kasus Pada Followers Twitter Make Over Dan Pengguna Make Over).” *Journal of Sosial Science Research* 3(3):161–172.
- Ismaulina, I. 2020. “Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie.” *Jurnal MANAJERIAL* 19(2):185–97. doi: 10.17509/manajerial.v19i2.23736.
- Iwan Sahara, Nabila, and Fajar Adi Prakoso. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen Lazada (Studi Di Wilayah Jakarta Selatan).” *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)* 1177:1–11.
- Kamaratih, Armelia Putri. 2023. “Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over.” UIN Sunan Gunung Djati.
- Khofifah, Siti, and Agus Supriyanto. 2022. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement dan Perceived Advertising Value terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal.” *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi* 15(1):1–13. doi: 10.58431/jumpa.v15i1.187.
- Kojongian, Friska Geybi, Johny R. E. Tampi, and Olivia F. C. Walangitan. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline.” 3(5):465–75.
- Kornitasari, Yenny, and Anis Mutifatul Faidah. 2022. “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produ dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Yang Dikonsumsi Setiap Hari.” *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku*

*Konsumen* 1(3):1–10.

- Kotler, Phillip, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris and Hongwei He. 2019. *Principles of Marketing* (8 ed). Pearson.
- Kotler, Phillip, Keller, and Kevin Lane. 2016. *A Framework for Marketing Management*. six. New York.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Manajemen* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, Purnomo Albert. 2019. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Kurniawati, Iin. 2023. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Salatiga).” UIN Salatiga.
- Kurniawati, Nurul Imani. 2020. “Analysis of the Influence of Word of Mouth and Brand Image on the Decision to Purchase Cosmetics Make over Products in Semarang.” *Economics, Management and Sustainability* 5(2):138–48. doi: 10.14254/jems.2020.5-2.11.
- Lukmanul Hakim, Yandri Sudodo. 2019. “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produksi terhadap Keputusan Pembelian Oriflame (Studi Kasus Pada Konsumen Oriflame Di Kabupaten Sumbawa).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2(1).
- Merdeka.com. 2023. “Nurhayati Subakat, Orang Minang Pemilik Brand Make Over Berawal Dari Industri Rumahan.” Diakses tanggal Juli 23, 2024 (<https://www.merdeka.com/uang/nurhayati-subakat-orang-minang-pemilik-brand-make-over-berawal-dari-industri-rumahan.html>).
- Muhamad, Nabila. 2023. “BPOM Ungkap 5 Merek Kosmetik Ilegal yang Banyak Dijual di Marketplace.” *Databoks.Katadata.co.id*. Diakses November 29, 2024 (<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3fb3b20bcb7a0e5/bpom-ungkap-5-merek-kosmetik-ilegal-yang-banyak-dijual-di-marketplace-ini-daftarnya>).
- Muhidin, Sambas Ali, and Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi,*

*dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi Dengan Aplikasi Program SPSS.*  
Bandung: CV Pustaka Setia.

- Nabila, Nabila, and Imam Nuryanto. 2024. “Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sunblock Vaseline Healthy Di Kota Semarang.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)* 2(5):20–26. doi: <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i5.1165>.
- Nasrullah, Muhammad. 2015. “Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Pembelian Produk.” *Jurnal Hukum Islam* 3(79):103–11.
- Niko Sakti Anbela. 2022. Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Selera, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Cepat Saji Richeese Factory (Studi Pada Konsumen Muslim Cengkareng, Jakarta).
- Nurhasia Isman, Zainal Ruma, Tenri Puspita Dipoadmodjo. 2022. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar).” *Jurnal Manajemen* 2(1):71–79.
- Oktasari, Orin. 2018. “Bisnis Kosmetik Dalam Etika Bisnis Islam.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4(1):18–33. doi: 10.29300/aij.v4i1.1199.
- Prabawanti, Maria Arimbi Haryas. 2021. “Serupa Tapi Tak Sama, Ini Perbedaan Wardah, Emina dan Make Over.” *Tribun Shopping.Com*. Retrieved (<https://shopping.tribunnews.com/2021/08/08/serupa-tapi-tak-sama-ini-perbedaan-wardah-emina-dan-make-over>).
- Pratiwi, Liza Ayu. 2022. “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Konsumen Make over Di Wilayah Kelurahan Tugu Selatan, Jakarta Utara).” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Romie, Priyastama. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data dan Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Safitri, Ajeng Rahayu. 2022. “Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.” Universitas Islam 45 Bekasi.

- Saputro, Dwi Agung wahyu. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Konsumen Wardah Kab. Ponorogo).”
- Sari, Indah Permata. 2023. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik dan Skincare Emina.” Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Selvia, Mega, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2022. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.” *Emba* 10(4):320–30.
- Sofyan, Siregar. 2016. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Era, Nilam Sari, and Khairul Amri. 2018. “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).” *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media* 2(2):44–50. doi: 10.35457/translitera.v9i2.945.
- Thabroni, Gamal. 2022. “Harga & Penetapannya : Pengertian, Indikator, Strategi, Faktor, Dsb.” *Serupa.Id*. Retrieved (<https://serupa.id/harga-penetapannya-pengertian-indikator-strategi-faktor-dsb/>).
- Thabroni, Gamal. 2022. “Keputusan Pembelian: Pengertian, Proses, Dimensi, Indikator, Dsb.” *Serupa.Id*. Retrieved June 21, 2024 (<https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/>).
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. 1st ed. Andi Publisher.
- Tysara, Laudia. 2022. “Profil PT Paragon *Technology and Innovation*, Perusahaan Kecantikan Indonesia.” *Liputan6*. Dari (<https://www.liputan6.com/hot/read/5142313/profil-pt-paragon-technology-and-innovation-perusahaan-kecantikan-indonesia?page=4>).

- Umami, Risatul, As'at Rizal, *and* Sumartik Sumartik. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 15(2):250. doi: 10.30742/equilibrium.v15i2.630.
- Vivi, Herlina. 2019. *Panduan Praktisi Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Waruwu, Christ Bastian. 2019. "Sejarah Berdirinya PT Paragon *Technology and Innovation* Hingga Sukses." *Idntimes*. Dari (<https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2?page=all>).
- Wijaya, Toni. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Yaumil. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makkasar)." *Ekonomi dan Bisnis* 1–98.
- Zulian Yamit. 2017. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.