

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Basuki, A. T. (2015). *Analisis Regresi dengan SPSS*. Yogyakarta: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Juliansyah, Noor. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Edy Purwanto. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Indonesia, I. B. (2018). *Bisnis Kredit Perbankan (Cover Baru)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Nilamsari, N. (2014). *Pemahaman Studi Dokumen Dalam Penelitian Kuantitatif*.
- S. Margono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pt Rineka Cipta.
- Sarwono, J. (2014). *Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi*. Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka baru press.
- Umar, H. (2002). *Metode riset bisnis: Panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama.

Widarjono, A. (2019). *Analisis Regresi Dengan Spss*. Upp Stim Ykpn.

Jurnal

Ahmad Ulil Albab Al Umar, d. (2020). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.

Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*.

Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis pengaruh label halal, brand dan harga terhadap keputusan pembelian di kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*.

Anggraeni, N. A., & Wajdi, M. F. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *SEIKO: Journal of Management & Business*.

Fenti Mayang Sari, A. M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu). *Jurnal Professional FIS UNIVED*.

Firmansyah, A. R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca. *BISMA – Bisnis dan Manajemen –Volume 9*.

Fuad, M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung di Kota Makassar. *repositori. uinalauddin. ac. id*.

Jannah, W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). Universitas Sumatera Utara.

Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.

Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E. (2023). Pengaruh Label Halal, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*.

- Saffana, N., & Julaeha, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador, terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Sholihat, A., & Romyeni, R. (2018). Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie (Doctoral dissertation, Riau University).
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*.
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh pengetahuan produk dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik organik. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 134–142.

Skripsi

- Adawiyah, F. A. (2018). *Pengaruh Life Style, Label Halal dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang*.
- Agustin, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada PT. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru-Riau.
- Fatah, N. F. (2016). *Analisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Khusnudin, M. A. (2020). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri Tahun Angkatan 2018) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Klisman, R. (2022). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)*. Universitas Islam Riau.
- Rachmawati, M. A. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*.

- Risky, N. F. (2019). *Pengaruh Aspek Islamic Branding, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah Di Desa Bukit Harapan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rochmanto, B. A., & Widiyanto, I. (2014). *Pengaruh pengetahuan produk dan norma religius terhadap sikap konsumen dalam niat mengkonsumsi produk makanan dan minuman Halal (Studi kasus di Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Rumyeni, A. S. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*.
- Sabila, I. (2024). *Pengaruh Beauty Influencer, Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine dengan Citra Merek sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Pekalongan)*. UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Sadzalia, S. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sandari, W. A., Arsa, A., & Mutia, A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Norma Religius Terhadap Keputusan Mengkonsumsi Produk Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Sijabat, D. M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*.

Artikel dari internet

- Compas.co.id. (2023). *Sunscreen Terlaris di Shopee & Tokopedia*, diakses dari: <https://compas.co.id/article/produk-sunscreen-terlaris/>
- Harian Muria. (2022, 29 Agustus). *Makna, Sejarah, Aturan Logo Sertifikasi Halal Lama dan Baru*, diakses dari: <https://harianmuria.com/nasional/makna-sejarah-aturan-logo-sertifikasi-halal-lama-dan-baru/>