

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiguna, Suwarga, dan Wahyu Faroh. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT MOB Tangerang.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (1 Desember 2023): 779. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i4.34441>.
- Ahmad Mustamil Khoiron, Adhi Kusumastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
- Al-Qur'an Surat Al-Hujurat Ayat 6 Al-Qur'an Al-Ikhsan*. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2014.
- Al-Qur'an Surat Al-Maidah Ayat 18 Al-Qur'an Al-Ikhsan*. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2014.
- Al-Qur'an Surat Al-Mulk Ayat 2 Al-Qur'an Al-Ikhsan*. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2014.
- Amstrong, G., Kotler, P. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid I. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Anwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Azarine. “Our Product: Sunscreen - Azarine Cosmetic.” Diakses 3 Februari 2024. <https://azarinecosmetic.com/c/products/sunscreen>.
- Azarine. “The Beginning of Azarine Great Story - Azarine Cosmetics.” Diakses 1 Februari 2024. <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jawa Barat: Guepedia, 2021.
- Dergibson Siagian Sugiarto. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Dharmmesta, Basu Swastha. “Riset Tentang Minat Dan Perilaku Konsumen: Sebuah Catatan Dan Tantangan Bagi Peneliti Yang Mengacu Pada ‘Theory Of Reasoned Action.’” *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)* 7, no. 1 (19 September 1992): 39–53.
- Fajritami, Khayrina Nurul, dan Hastho Joko Nur Utomo. “Keputusan Pembelian Ditinjau Kualitas Produk, Label Halal Dan Brand Image.” *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan* 25, no. 2 (31 Juli 2021): 564–81. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v25i2.5326>.

- Ginting, Nembah F. Hartimbul. "Manajemen pemasaran," 2011. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=7038716589238478676&hl=en&oi=scholar>.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE, 2012.
- Hasna Nadiya, Susanti Wahyuningsih, Farisa. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace." *Prodising Seminar Unimus* Volume 3 (2020).
- Hidayat, Muhamad Syahrir. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumsi Coffee Shop Di Kota Gresik." *Performa*6, no. 4 (16 Desember 2021): 360–69. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>.
- Hinelo, Raflin, Umin Kango, dan Wahyu Lestari. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hino (Studi Kasus Pada PT. Nenggapratama Prima Nusantara Gorontalo)." . . *September* 5, no. 2 (2022).
- Husaini dkk, Fira. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- J. b. A, Al-Haritsi. *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*. Cetakan 1. Jakarta: Khalifa, 2006.
- Julialevi, Karina, dan Ade Wawan. "Strategi Pemasaran Dalam Pandangan Syariah." *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia* 3 (25 Juli 2022): 84. <https://doi.org/10.30595/ratio.v3i2.12848>.
- Khoeron, Moh. "Bagaimana Sinergi BPJPH, LPH, dan MUI dalam Sertifikasi Halal? Ini Penjelasan Kemenag." <https://www.kemenag.go.id>. Diakses 18 November 2023. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/bagaimana-sinergi-bpjph-lph-dan-mui-dalam-sertifikasi-halal-ini-penjelasan-kemenag-t5j3dq>.
- Kotler, Kevin Lane Keller, dan Philip Kotler Keller. "Manajemen Pemasaran." Edisi Ketiga Belas, Jilid 1., 49. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau." Diakses 2 November 2023. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=25189>.
- M, Mursid. *Manajemen pemasaran*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Maria Olivia Tita, "Pentingnya Memasarkan Produk Lokal Di Indonesia Untuk

- Mendorong Pertumbuhan Ekonomi", Kompasiana, 27 Oktober 2023
<https://www.kompasiana.com/mariaoliviavita05/653bb8a5ee794a4bcf296f52/pentingnya-memasarkan-produk-lokal-di-indonesia-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Marlius, Doni, dan Nadilla Jovanka. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji." *Jurnal Economina*2, no. 2 (9 Februari 2023): 476–90. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia, 2005.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Pres, 2015: 100.
- Mayangsari, Dwi, Rois Arifin, dan Fahrurrozi Rahman. "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Promosi Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Donat Kentang Malang (Studi Kasus Pada Anggota Organisasi Ikatan Mahasiswa Mojokerto Area Malang)." *E-Jrm : Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 05 (14 Februari 2022). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15165>.
- Michelle L, Bell. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Cetakan Tiga BELAS. Yogyakarta: Liberty Offset., 2008:349.
- Moch. Khoirul Anwar, Vivi Yunitasari. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya , Tahun Halaman." *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 2 Nomor 1 (2019): 49–57.
- Mulyana, Mumuh. "Strategi Promosi Dan Komunikasi," 2019: 23.
- Mutia Annur, Cindy. "10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!," 19 Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>.
- Nazia, Syarifah, Safrizal, dan Muhammad Fuad. "Peranan Statistical Quality Control (SQC) Dalam Pengendalian Kualitas: Studi Literatur." *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 4 (30 Juni 2023): 125–38. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i3.8079>.
- Paramita, Ayu, Hapzi Ali, dan Fransiskus Dwikoco. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (20 Agustus 2022): 660–69. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>.

- Pelu, I. E. A., Muhammad. *Label Halal. Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: Madani, 2009.
- Philip Kotler, Adi Maulana, Bob Sabran Wibi Hardani KelleR, Kevin Lene, Kotler. *Manajemen pemasaran / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; penerjemah, Bob Sabran ; editor, Adi Maulana, Wibi Hardani*. Jakarta : Erlangga, 2009, t.t. Diakses 11 Agustus 2023.
- Priyanto, Duwi. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Puspita, Ibnu Ria, Adil Fadillah, dan Yudin Taqyudin. “Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan 2*, no. 1 (13 April 2022): 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>.
- Quran.com. “surah An-Nahl - 114-115.” Diakses 2 November 2023. <https://quran.com/id/lebah-madu/114-115>.
- Rada, Ni, dan Farida Efriyanti. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.” *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan 1* (31 Juli 2022): 1715–26. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.229>.
- Rifai, Wildan Aziz, dan Murwanto Sigit. “Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening: (Pertimbangan Mahasiswa yang berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli Iphone).” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen 1*, no. 4 (4 September 2022): 15–29.
- Rukajat, Ajat. “Pendekatan Penelitian Kuantitatif.” *Yogyakarta, CV. Budi Utama*, 2018, 64.
- Salma, Farah Annisa, Saryadi Saryadi, dan Andi Wijayanto. “Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 11*, no. 4 (20 Oktober 2022): 758–63.
- Sendianto. “Analisis Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Penjualan Produk beserta Peramalan Penjualannya.” *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis 16* (27 Desember 2021): 85–94. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.103>.
- Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Sonia Cipta Wahyurini, dan Nurvita Trianasari. “Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Mitra Manajemen 4*, no. 1 (31 Januari 2020): 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.

- Subando, Joko. *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2021.
- Sugiarto, Endar. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Sugiharto, Amo, dan Mohamad Fajar Darmawan. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya.” *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik* 4, no. 2 (18 Oktober 2021): 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, V, Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Surabaya, Times. “Indo Beauty Expo 2023, Pemerintah dan Asosiasi Optimis Dongkrak Industri Kosmetik Lokal.” Times Surabaya. Diakses 8 November 2023. <https://surabaya.times.co.id/news/berita/18amu5t00s/Indo-Beauty-Expo-2023-Pemerintah-dan-Asosiasi-Optimis-Dongkrak-Industri-Kosmetik-Lokal>.
- Timorria, Iim Fathimah. “Kemenag Tetapkan Logo Halal Baru, Ini Filosofinya.” *Bisnis.com*, 13 Maret 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220313/12/1509905/kemenag-tetapkan-logo-halal-baru-ini-filosofinya>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*,. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Tjiptono. *Strategi Pemasaran*,. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Utami, Ratih Hesty. “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal.” *BMAJ: Business Management Analysis Journal* 2, no. 1 (29 April 2019): 68–77. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i1.3212>.
- Wahyurini, Sonia Cipta, dan Nurvita Trianasari. “Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 1 (31 Januari 2020): 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.
- Wibowo, Dwi Edi, dan Benny Diah Madusari. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan.” *Indonesia Journal of Halal* 1, no. 1 (19 Oktober 2018): 73–80.

- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo).” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 2 (31 Maret 2017): 83–98. [https://doi.org/10.21927/jesi.2016.6\(2\).%p](https://doi.org/10.21927/jesi.2016.6(2).%p).
- Yulianto, Nur Ahmad Budi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Polinema Press, 2018.

