

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen dan Fishbein. “*Belief, attitude, Intention and Behavior an Introduction to theory and Research*”, London:Addison-Wesley, MA Company,1975.
- Ajzen. I. *Attitudes, Personality and Behavior*, New York:Open Universitas Prees.1991.
- Amaliah. Dita dkk. “Pengaruh Sikap Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Tadulako Membeli Lipstik Merek Latulipe”. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* vol. 3 no2 (2017) : 160
- Apriyanto. Anton dan Nurbowo, *Panduan belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta : Khairul Bayan, 2003.
- Ariyanti, dkk. “Analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen wardah *cometics*”. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 17 No.2 (2020) :144 . Diakses pada tanggal 2 april (2020)
- Arsyanti, Nuri Mahdi dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online *Shopastelle*, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* Vol. No.2 (2016) : 3
- Asrina dan Lince Bulutoding. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan konsumen dalam pembelian produk kosmetik di kota Makassar (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin)”. *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 2.No.1 (2016) : 2
- Bahar. Arfiani dan Herman Sjaharuddin “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang”. *Jurnal OrganisasidanManajemen*, Vol.3 No. 2 (2019) : 19
- Baron. A, Robert dan Donn Byrne, *Psikologis Sosial Edisi Sepuluh*, Jakarta : Airlangga, 2003.
- Dari Kitapunya, <https://www.kitapunya.net/contoh-motto-skripsi> di akses pada 2 juni 2021, 09:21
- Dharmmesta. Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Universitas Terbuka, Edisi Kedua, 2011.
- Durianto, D. *Brand Equity Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

- Durianto,Darmadi dkk. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Eliasari, Putu Ratih Arta dan I Putu Gde Sukaatmadja, “Pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* dimediasi oleh *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty*”. *E-jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No.12 (2017) : 6620
- Faradiba dan Sri Rahayu tri Astuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga,Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan, “Bebek Gendut” Semarang).*Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 2 No.3 (2013) : 2.
- Faradisa. Isti dkk, “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café). *Journal Of Management*. Vol. 2 No.2 (2016) :
- Hariyanti, Tri Novi dan Alexander Wirapraja “Pengaruh *Influencer Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)”, *Jurnal Eksekutif*, Vol. 15 No.1 (2018) : 138.
- Hasan. Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2004.
- Hayet. ”Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik(Studi Kasus Pada Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia”.*Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10 No.1 (2019) : 24
- Hidayat. Rahmat dan Devrina Resticha, “Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah(Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)”. *Jurnal of Bussines Administration*. Vol. 3 No.1 (2019) : 42
- https://www.topbrand-award.com/top-brandindex/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2020
- Huda. Isra Ul dkk, “Pengaruh *Store Athmsphere* dan *Brand Awreness* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen” *Jurnal Mitra Manajemen JMM*.4, No.4 (2020) : 496

- Izzuddin. Ahmad, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner”. *Jurnal Penelitian Ipteks* Vol. 3 No.2 (2018) : 710
- Juliansyah. Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis Disertai dan Karya Ilmiah*, Jakarta : Kencana, 2011.
- Kapatouw. Christian Silvya L.Manday “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus di Gamezone Computer Mega Mall Manado”. *Jurnal Emba*, Vol. 3 No.2 (2015) : 710
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas jilid Jakarta : PT Gelora Akasara Pratama, 2009.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi tiga belas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 2009
- Krisnawati, Devi “Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung)”. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol. 4 No.1 (2016) : 2341
- Kuncoro. Mudrajad, *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pencetakan AMP YKPN, 2001.
- Luthfiana. Nadya Andika dan Sudharto P. Hadi, “Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-service Quality* terhadap Minat Beli Ulang (studi pada pembeli di *marketplace* shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.8 No.2 (2019) :
- Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Yogyakarta : Ekonisia, 2005.
- Muhammad. Ariasa dkk, “Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi dikeluarkan Dinoyo, Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 09 No.4 (2020) :
- Narbuko. Cholid dan H.Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Nintyas, Yuanita dkk, “Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikasi Halal”. *Jurnal ekonimi sosial & Humaniora*. Vol. 2 No.8 (2021) : 44
- Padilah. Paisal dan Putu Nina Madiawati, “Pengaruh E-Service Quality, Bauran Promosi, dan Brand Awareness terhadap

- Minat Beli Ulang pada Pelanggan Dana di Bandung,
“jurnal e-proceeding of Management, Vol.7 No.2 (2020) : 10
- Prihandini. Wiwiek, *Korupsi APBD: Sebuah Metta Analisis*, Yogyakarta : Cv Budi Utama, 2020.
- Priyanto. Duwi, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta : Andi Offset, 2012.
- Purnomo. Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo : CV. Wade Group, 2017.
- Riptiono. Sulis, “Pengaruh *Islamic Religiosity* dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Trend Busana Muslim:An *Extended of theory of reason action*. *Jurnal dan Teknik Informatika*, Vol.6 No.2 (2018) : 2-3
- Riyanto. Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2020.
- Sanusi. Anwar, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat, 2011.
- Sari. Ni Komang Lestia dan I Wayan Santika, “Pengaruh *Brand Image, Brand Association*, dan *Brand Awareness* terhadap *Repurchase Intention* Produk *Smartphone* Merek Asus”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No.8 (2017) : 4104.
- Sholeha. Illiatius Rois Arifin dan S Afi Rahmad “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Label Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Zoya Malang”. *E-jurnal riset manajemen*, Vol. 6 No.2 (2017) : 166
- Sholihah. Maratush, dan Henny Welsa, “Pengaruh *Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal* terhadap *Brand Attitude* untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang *Ice Cream Magnum*”, *Jurnal Upajiwa Dewantara*, Vol.2 No.2 (2018) : 114
- Sigit. Murwanto, “Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up” *Jurnal siasat bisnis*.11.no.1 (2006): 12 Diakses pada 1, april, 2021.
- Sinamora. Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta : Cet 1, Jilid 1, Salemba Empat, 2002.

- Siregar. Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan-perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
- Sofiani. Sarah Safira dan Deddy Saefuloh, “Penggerak Niat Perilaku Pembelian Produk Fesyen Ramah Lingkungan dengan Teori Perilaku yang Direncanakan” *Journal Industrial Research Workshop and National Seminar*, Vol. 10 No.1 (2019) : 769
- Suciningtyas. Wulan, “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* Terhadap Keputusan Pembelian”. *Management Analysis Journal*, Vol. 1 No1 (2012) : 2
- Sudarmanto. R Gunawan, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian* Bandung : CV. Alfabeta, 2012.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2009.
- Sumarwa. Ujang, dkk, *Riset Pemasaran dan konsumen seri 3*, Bogor : PT. IPB Press, 2013.
- Suprpto. Rifqi dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Ponorogo : Myria Publisher, 2020.
- Syafrida. Hafni Sahir dkk, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No.1 (2016) : 3
- Tika. Moh Pandu, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006.
- Tiranti. Cahya, “Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol, dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Lipstick Wardah”. *Journal Current Archive University*, Vol. 2 No.1 (2020) : 6
- Udayana. Ibn dan Danang Ramadhan “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Subjective Norm* terhadap *Purchase Intention* Melalui *Attitude* Sebagai Mediasi (Studi Kasus pada Konsumen Gudang Digital online Yogyakarta). *Stiebbank*, Vol. 10.No.2 (2019) : 43
- Umar. Husen, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002 .

- Wardahbeauty.com. “JualProdukSkincare” <https://www.wardahbeauty.com/id/product/skincare> di akses pada 13 Januari 2021
<https://id.priceprice.com/kecantikan/news/21-produk-Wardah-Terbaik-yang-Patut-Kamu-Miliki-9212/> di akses pada tanggal 13 Januari 2021
- Waruwu. Christ Bastian, “Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Innovation Hinga Sukses”.
<https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2> di akses pada tanggal 17 desember 2020
- Widyaningrum. Premi Wahyu, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2 No. 2 (2019) : 5
- Witjaksono. Beny, *Fundraising Wakaf Uang Melalui Perbankan Syariah*, Jakarta: Loka Media, 2020.

