

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Merk dan Harga terhadap Keputusan. *AT TAWASSUTTH: Jurnal EkonomY Islam*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Edisi Revi). Bandung : Alfabeta.
- Al Rochmanto, B., & Widiyanto, I. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan Dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 0, 280-211. Tersedia: [from https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13024](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13024)
- Amalia, P. R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Muslimah Ippnu Kabupaten Mojokerto. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 63. Tersedia: <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i1.3917>
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Aprida, D. W. *et. al* (2022). Pengaruh Brand Image dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. 1–13.
- Armstrong, Kotler (2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M dan Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (A. D. Nabila (ed.)). Deepublish.
- Azizah, S. N. (2022). *Towards Halal; Dinamika Regulasi Produk Halal di Indonesia* (R. S. Nugraha (ed.)). Mizan.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Bulan dan M. Rizal (2016) Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, Vol.5.No.1, hal : 431–439.

- Cendana, S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Samsung, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 6, No. 4.
- Danang, S. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Dwiyama, F. (2018). Unsur Manajemen Dalam Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 7, No. 1 : 677-678.
- Edison, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung : Alfabeta.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (A. R. Batubara (ed.)). PT RAjaGrafindo Persada.
- El-farobie, F., & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli. 115–124.
- Febriyani, Irma. 2018. Pengaruh Label Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan pada Mahasantri Ma'had al-Jami'ah Ulil al-Absar. Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hasibuan, M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revisi). Jakarta : Bumi Aksara
- Hasibuan, M. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan keempatbelas, Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hayet. 2019. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia) . *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10 No. 1
- Hidayat, D. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Bakso

- Boedjangan Rawamangun). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 1(2), 7.
- Humaira et al. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. 10(1), 74–92.
- Inara, D dan Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1): 15-24
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Kamilah, G.(2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,” Volume 6, Nomor 2 (Februari 2017), h. 4.
- Keputusan Menteri Agama RI. “518 Tahun 2001, Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal.” 30 November 2001.
- Kotler, P and Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17th ed., Global Edition, Pearson.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Twelfth edition. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P dan Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. In England: Pearson: Pearson Education.
- Lubis, Desy.I.D, dan Hidaya, R. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1): 15-24
- Maisyarah, I. (2020). Pengaruh labelisasi-halal, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian mie instant indomie. 12(2), 185–197.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran; Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Menkes RI, 2010, Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika. Jakarta.

- Muhammad, Asy'arie. (2018). "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen* (A. Rasyadany (ed.)). Deepublish.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Putri, Y. A. (2022). Peran Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(2), 197–206. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i2.5202>
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Dwiyama. (2018). Unsur Manajemen Dalam Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7, 677–678.
- Edison. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Alfabeta.
- Hasibuan, M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). Bumi Aksara.
- Kotler, Philip; Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 17). Pearson.
- Maisyarah, I. (2020). *Pengaruh labelisasi-halal, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian mie instant indomie*. 12(2), 185–197.
- Said. (2017). *Manajemen dan Teori Aplikasi*. Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sule, K. ; (2017). *Pengantar Manajemen*. Pranada Media.
- Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Gajah Mada University Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Rafiie, S. (2017). *Manajemen Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Rahmah Muthia, (2018). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. 1–26.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- _____ (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- _____ (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____ (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Said. (2017). *Manajemen dan Teori Aplikasi*. Alfabeta : Bandung.
- Sule, E; Saefullah, Kurniawan. (2017). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Pranada Media.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Suprihanto, J (2014). *Manajemen*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Supriyadi. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.1, Hal. 135-144
- Theodoridis, T., & Kraemer, J. (n.d.). Pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk wardah pada rahmah cosmetic Banjarmasin.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Top Brand Award, 2023. Top Brand Indeks Beserta Kategori Lengkap. Top Brand Award. Tersedia: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Wardah. 2021. Wardah Cosmetics-Natural makeup dengan Wardah. Tersedia: <https://www.wardahbeauty.com/id>. [19 Desember 2023]

- Wardah. 2021. 3 Filosofi baru Wardah di Beauty Moves You. Tersedia: <https://www.wardahbeauty.com/id/news/3-filosofi-wardah-yang-diangkat-melalui-konsep-beauty-moves-you>. [9 Januari 2024]
- Wardah. 2024. Wardah Inspiring Movement Wardah Inspirasi Kebaikan. Tersedia: <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about> [22 Mei 2024]
- Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, Afi Rachmat S, "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)", e- Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma.