

DAFTAR PUSTAKA

- Ayif, F., & Martyas, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi kasus pada produk Safi). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 113-127.
- Ayu, P. L. (2021, November 10). Retrieved from Fimela.com:
<https://www.fimela.com/beauty/read/4707357/magnificent-most-wanted-beauty-brand-implora-kosmetik-harga-terjangkau-dengan-kualitas-dunia>
- BPS Provinsi Jateng. (2020).
- Fitriana et al. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Furaida, N. A., Bambang, M., & Widayanti, R. (2019). Analisis Citra Merek, Periklanan, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Uniba Surakarta. *Edunomika*, 3(2), 462-469.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F.J et al. (1995). *Multivariate Data Analyses with Readings*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Manajemen*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Miftachudin, dkk. (2020). Analisis religiusitas, halal brand personality dan norma subyektif dalam keputusan pembelian kosmetik wardah. *Al Tijarah*, 6(3), 31- 42.

- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal, Insani Dan Bisnis*, 2(1).
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric Methods*.
- Nur arifa et al. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54-63.
- Nurul, I. K. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover di kota semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 22(2), 286-295.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). Dr. Meithiana Indrasari.
- Putri, A. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Rizky, A. S., & Djawoto. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(9), 1-18.
- Shofiyana. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Youth & Islamic Economic*, 1(2), 9-13.
- Sonia, C. W., & Nurvita, T. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 39-50.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
- Syafrida dkk. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Universitas Medan Area. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 1-15.
- Syamsiah, S. N., & dkk. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Tampeh Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wiyono, G. (2013). *Merancang Penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS & Smart PLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.