

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani & Bahrn. (2021). Pengaruh citra merek kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik maskara maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*.
- Dhani & Agustin. (2022). Pengaruh gaya hidup kualitas produk promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Ms Glow For Men. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Diba, F. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Sertifikasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada warga RW 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung).
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9ed.) Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim & Sudodo. (2019). Pengaruh gaya hidup harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Hidayat & Vivita. (2022). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ilwan, B. M., Mahrinasi, M.S., & Ramelan, M. R. (2022). Pengaruh Label Halal Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Jayanti, E & Fatmawati, S. (2021). Pengaruh gaya hidup label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik sophie paris pada member jaringan bisnis center sugeng budhi handoyo area cilacap. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*.
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk Persepsi Harga Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*.
- Kotler dan Keller. (2016). Capturing Marketing Insights (Electronic Version). In Marketing Management.

- Kotler dan Amstrong . (2012). Principles Of Markerting . 14 Edition Pearson Internasional Edition. Prentice Hall.New Jersey.
- Kotler, P., & Amstrong, G . (2015). Principles of Markerting , Fifteenth Edition, Pearson Education. England
- Lelawati & Merlianti. (2021). Pengaruh harga kualitas produk iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*.
- Maharani, I. S . (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 1(2), 298-310*.
- Maulina, R. H. (2023). Pengaruh Brand Image Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Monica, A. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett*. Yogyakarta.
- Nurudin, N. (2023). Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics Management And Business*.
- Sekarwati & Chandra. (2023). Pengaruh gaya hidup citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik merek wardah. *ABEC Indonesia*.
- Septiyani & Rakhmawati. (2020). Pengaruh citra merek kualitas produk persepsi harga celebrity endorsen dan iklan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. *In Prosiding Seminar Nasional Indonesia R Summit*.
- Sudodo & Hakim. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Sutopo, Penyunt.) Bandung: Alfabeta.
- Sukma, K. A., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-Journal Unud*, 4016-4043.
- Tazkiyatunnisa, M. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline*.

- Thania, G.S.K., Anggarini, y. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 275.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi.
- Wiyono. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN.