

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Candra Gunawan, F. S. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Alam, A. R. P., & Tendean, A. (2022). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Angin Aromaterapi Syifa Care Pada Cv. Afsal Makmur. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 2(2), 337–346. <https://doi.org/10.58191/jomel.v2i2.85>
- Alfiana, L., Lukitaningsih, A., Tria, L., & Hutami, H. (2021). *Pengaruh Brand Image , Atribut Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. 9(1), 63–74.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Ardiyanto, T., Yusiana, R., & Widodo, A. (2018). Keputusan Pembelian Konsumen Starbuck: Dampak Green Marketing Dan Brand Image. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Manajemen (JTIM) Edisi 1, 1*, 1–12.
- Danar, F. E. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Lembu Sakti Futsal Kebumen) Fajar Eka Danar Abstrak Abstract PENDAHULUAN Pengaruh Nilai Pelanggan dan. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 1(1), 1–13.
- Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi* , 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of*

Islamic Economics and Banking, 4(2), 163.
<https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>

- Larika, Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1383.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40332>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Citra Destinasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Arab Di Kota Pare - Kediri. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 165. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.8066>
- Safitri, L., & Hardianawati. (2017). Pengaruh Brand Image Kosmetik Wardah Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Tingkat Akhir di IBM Asmi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 11–19.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo) Cruisietta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Simanjuntak, L., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28080>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syaifullah, & Wilian. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND*

IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CIN ENGINEERING. 4.

- Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74–85.
- Utami, S. A. R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh brand image dan product quality terhadap purchasing decision produk Lipstik Wardah Di Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 2(2), 2.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Sonia Cipta Wahyurini*, 1(1), 39–50.
- Widodo, S. (2020). Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur Pengaruh. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 23–34. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.365>
- Yulianti, N. M. D. R. (2020a). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Yulianti, N. M. D. R. (2020b). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79. <https://doi.org/10.38043/jimb.v5i1.2410>
- Yunitasari, V., & Moch. Khoirul Anwar. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49–57. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>