

DAFTAR PUSTAKA

- Afisa, M., & Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research (JSR)*, 2(2), 210–220.
- Aldiesi, D. R., & Wahyudin, N. (2024). The Influence Of Brand Image, Service Quality And Price On Indomaret Consumer Purchasing Decisions Through Competitive Advantage As An Intervening Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 301–311.
- Amnah, D., & Saputra, A. (2024). Pengaruh Kemasan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(3), 408–420.
- Annisawati, A. A., & Sitorus, M. C. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Di Pt Perusahaan Perdagangan Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–10.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Capriati, F., & Hikmah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1).
- Fadhillah, N. A., & Manggabarani, A. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Dki Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 13–24. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3276>
- Firanti, P. A., & Syamsuri, A. R. (2024). Keputusan Pembelian dengan Harga, Variasi dan Kemasan Produk di Mawar Bakery, Medan Selayang, Sumatera Utara. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4981–4994.
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2547>
- Habibah, A. (2020). Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 6(1), 59–84.
- Harahap, R. S. P. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan Vi Kelurahan Nangka Binjai Utara). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 354. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8447>

- Hasanah, U., & Pambudi, B. S. (2023). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(6).
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/view/3903>
- Irawan, S. N., & Saputra, F. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image, Halal Label, And Consumer Reviews Of Purchase Decisions Wardah Cosmetic Products. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 534–547. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.203>
- Janji, T., Sitinjak, R., Sitinjak, T., Rakhman, A., Tio, M., & Suryawan, D. (2023). The Influence of Service Quality , Brand Trust , and Advertising on the Purchase Decision during the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 1042–1049.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol secara online pada masa pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1383–1389.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/40949/35359>
- Lina, R., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7).
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2029>
- Maghfiroh, M., & Indrarini, R. (2020). Relationship of Halal Labels and Product Quality With Purchase Decision on Wardah Cosmetic Products. *International Journal of Transdisciplinary Knowledge*, 1(1).
- Mardhiyyah, Y. S., Wijaya, S. U., Satiti, D., & Lailatus, N. (2023). The influence of jenang ayas label and packaging on customer purchase decision. *Agrointek*, 17(3), 622–631. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v17i3.15789>
- Mariza, M. A., & Khoiri, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online shop Lazada Pada Masyarakat Belakang Padang. *ECo-Buss*, 6(3), 1264–1277.
- Maskur, A., & Lestaringingsih, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7).
- Matondang, Z., Fadlilah Nasution, H., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 18–38.
- Mefiandini, I. N., Farida, E., & Athia, I. (2020). Pengaruh Brand Awereness,

Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Lenovo. *Riset Manajemen*, 12(2), 1505–1514.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nazirah, N., & Parani, S. B. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Hasanuddin Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(2), 107–117. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i2.229>
- Novitri, A. N., & Realize, R. (2023). Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Vitamin Xon-Ce Di Apotek Jasmine. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7657>
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920.
- Nuriyah, O. T., Saputri, R. A., & Desfiandii, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian (Scarlett Whitening). *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 175–183.
- Pujiastuti, E., Kusumaningati, I. D., & Faisal, M. M. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Pada Toko Aziz Putra Mangunsaren. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 3(1), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Putri, C. N., & Fauzi, T. H. (2023). The Effect of E-WOM and Brand Image on Purchasing Decisions of Automotive Products: Mediating Role of Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(3), 843–854. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.843>
- Radiansyah, E., & Putri, B. A. (2024). Pengaruh kepercayaan merek, kemudahan pembelian dan risiko terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 278–291. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.18199>
- Ramita, P., & Kurniadi, S. (2023). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di D’besto Chicken & Burger. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 5(1), 45–60. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v5i1.502>
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas

- Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 672–682.
- Sagala, R., Sitanggang, D., & Sitompul, P. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel Pada Masyarakat Kelurahan Babura Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 25–33. <https://mikiki.tokyo.jp/articles/->
- Senjaliani, V., & Magdalena, N. (2023). Faktor-Faktor Antecedent Loyalitas Pelanggan: Penggunaan Media Sosial, Kepercayaan, Dan Risiko Pembelian Pelanggan B2B Umkm. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(1), 23. <https://doi.org/10.19184/bisma.v17i1.37310>
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Stanley, & Wasiman. (2024). The Influence Of Product Availability, Packaging And Labels On Rice Purchasing Decisions At Pt Aroma Nusajaya Karya In Batam. *Dynamic Management Journal*, 8(2), 326–344.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Triwijayanti, K., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba Jemursari Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–18.
- Ubaidillah, W., & Suyono. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Journal of Management Studies*, 17(1), 53–54.
- Ulumudin, M. I., & Wahyuati, A. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pacific Noris. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 10(8), 10–18.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Winata, A., & Priyowidodo, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Website) Terhadap Keputusan Pembelian PT. Duta Modernpack Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 79–83.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan ,

Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5(1), 279–287.