

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, 2012, “*Managing Brand Equality Capitalizing On The Value Of A Brand Name*”, Free Press, New York.
- Ady, S , dan Haroni, B. H., 2016 , “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan” , Jurnal Ekonomi Dan Keuangan , No.2 , No. 8 .
- Adisasminto, dan Wiku, 2010, “Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Dalam Labeling Obat dan Makanan, Jurnal Kebijakan Nasional *MUI dan BPOM* ”, Skripsi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universita Indonesia.
- Amalia, G. A., Edriana, P., dan Lusy, D. R. D., 2018, “*Pengaruh Country Of Origin Terhadap Brand Image dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian*”, Jurnal Adminitrasi Bisnis, Vol. 58, No.2.
- Arikunto, S., 2013, *Prosedur Penelitia* , Renika Cipta, Jakarta.
- Assauri, S., 2008, *Manajemen Produksi dan Operasional*, LPFEUI, Jakarta.
- Astra P. B., Yasri, dan Erni M., 2019, “*Pengaruh Country Of Origin, Brand Familiarity, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Padang* ”, Jurnal Praktis Bisnis , Vol. 2 , No. 1 .
- Burhanuddin, 2011, “Pemikiran Hukum dan Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal”, Skripsi, UIN – Maliki Press. Malang.
- Basu, Swastha D.H., dan Irwan, 2008, “*Manajemen Pemasaran Modern*”, Jilid 2. Edisi 4, Erlangga, Jakarta.
- Charlie, B.H.S., dan Arief B.P.K., 2015, “Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Enervon-C*”, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol.1, No. 3.
- Eka, D. S. T., 2016, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”, Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen, VOL. 3, No.1.
- Ermawan, G.P., Edi Y., dan Sunarti, 2018, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian”, Jurnal Adminitrasi Bisnis, Vol.62, No.2.

- Ferdyanto, F., Joyce, L., dan Rita, T., 2015, “ Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di JCO Manado”, Jurnal EMBA, Vol.3, No. 2.
- Ghozali, Imam., 2012, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19”, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Grace, M.Wariki., Lisbeth, M., dan Hendra, T., 2015 , “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado, Jurnal EMBA, VI. 3, No.8.
- Henslowe, 2008, “ *Public Relations, A Practical Guide To The Basics*”, Kogan Page Ltd, USA.
- Howard, J. A., and Sheth, J. N., 2009, “ *The Theory Of Buyer Behavior*”, John Wiley and Son, New York.
- Hutami, P.S., 2016 “ Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen smartphome xiami di DIY)” , Skripsi, UNY.
- Ian, A., dan Muslim, M., 2017, “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan”, At – Tawassuth, Vol.2, No.1.
- Indra, K., Zakaria, W., dan Welly, N., 2016, “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut di Kota Padang”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan, No. 1.
- Kotler, P., dan Gary, A., 2012, “Prinsip – Prinsip Pemasaran”, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K., 2013, “Manajemen Pemasaran”, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., 2008, “ Dasar – Dasar Pemasaran”, Jilid 1, Edisi 9, PT. Indeks, Jakarta.
- Keller, 2013, “*How to Manage Brand Equality*”, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Listiana, E., 2013, “*Pengaruh Country of Origin Terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen*”, Jurnal Administrasi Bisnis.
- Machrus, D.Z., “ Pengaruh Negara Asal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs” , Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

- Mochamad.A.R., Rois. A., dan Hufron.M., 2017, “ Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk” , e – Journal Riset Manajemen.
- Nurul, F.A., dan Euis S., 2017, “Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda”, Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, No.1.
- Nurul, H., Muchlisin, dan Zuliana, 2014, “Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakar”., SUHUF, Vol. 26, No. 1.
- Premi, W.W., 2016, “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)”, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. VI, No.2.
- Prisca, A.C., 2018, “ Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta”, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Putri, I.R., 2019, “Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya)”, Jurnal Ilmu Manajemen , Vol. 7, No.2 .
- Rangkit, 2012, “*The Power Of Brands*”, Gramedia Pustaka Utama , Jakarta.
- Rani. N.K., Zakaria. W., dan Welly.N., 2014, “ Pengaruh Kemasan, Label Halal, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada konsumen produk kosmetik Wardah di Kota Palembang)” , Jembatan – Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan, Vol.5, No.2.
- Robin.H.K., Silvya. M., dan Rudy. W., 2017, “ Analisis Pengaruh Faktor Psikologi, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ruko pada PT. Wenang Permai Santosa”, Jurnal EMBA, Vol.5, No.2.
- Risky.W.R., Altje.L.T., dan Imelda. W.J.Ogi., 2017, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata di Kawangkuan”, Jurnal EMBA, Vol. 5 , NO.2.
- Schiffman, dan Kanuk, 2010, “Perilaku Konsumen”, PT. Indeks Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, “ Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D”, Alfabet , Bandung.
- Tjiptono, F., 2008, “Strategi Pemasaran”, Edisi kedua, Andypublisher.com, Jakarta.

Utami, dan Wayhu, B., 2013, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Terhadap Pembelian Produk Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An – Nisa Yogyakarta)”, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humoniora. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Vivil, Y., 2014, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang)”, Journal of Economic and Economic Education, Vol.2 , No.2 .

Yasin, Norjaya M., Mohd N.N., dan Osman M, 2007, “ Does image of country – of origin matter to brand equity?, Journal of Product & Brand Management ,16/1

Zerly, A.M., Suharyono, dan Musadieg M.Al., 2014, “Pengaruh *International Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, Jurnal Adminitrasi Bisnis, Vol.8, No. 1.

[http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go\\_to\\_section/39/1328/page](http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go_to_section/39/1328/page)

<http://simbi.kemenag.go.id/halal/assets/collections/newsletter/files/55642ca917160.pdf>

<https://kominfo.go.id/content/detail/4240/uu-no-332014-pemerintah-harus-bentuk-badan-penyelenggara-jaminan-produk-halal/0/berita>

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

<https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>

<https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>