

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahan. (2015). Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah
- Abraham Afif, Muhammad. (2017). Buku Kaidah Halal Dan Haram Dalam Jual Beli, (Al-Furqan Promedia)
- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. (2006). Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab. Jakarta:Pustaka Al-Kautsar.
- Al Rasyid, H., & Indah, AT (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif* , 16 (1), 39-49.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal keuangan & bisnis*, 2(1), 71-87.
- Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan validitas edisi 4. Yogyakarta: pustaka belajar.
- Balqis, P. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Keputusan Pembelian Jilbab Oleh Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Daga, Rosnaini. (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Makasar: Global Research and Consulting.
- Edy, F. I. (2017) Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Kelurahan Mulya Asri Kabupaten Tulang Bawang Barat) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intang Lampung)
- Endriani, Dwi. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung)(Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra

- Hand Body Lotion Di Pariaman. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*, 3(1)
- Faadhilah, FN (2019). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matikc Honda. *Journal Of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20
- Hakim, L., & Lestari, M. D. A (2018) Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Tekomsel.
- Hisanuddin, II (2015). Pengaruh Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Di Kota Bandung). *Scientica*, 2 (2). 87-100.
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M.V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akutansi*, 9(2)
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Uniitomo Press.
- Ishak, k. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 6(1), 35-49.
- List Of Halal Cosmetic In Febuary 2018, Diakses Pada Tanggal 25 Juni 2021 melalui <https://halalcorner.id/en/daftar-kosmetik-bersertifikat-halal-mui-per-2018/>
- Maudilla Safira, Aggita, & Setiawan Prabowo, Prayudi (2020). Pengaruh Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Make Over Dan Emina. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Melati. 2020. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nasution, S. L.A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee(Survei Pada

- Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma*(Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen), 7(1), 43-53.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Ong, I. A. (2013). Analisa Pengaruh Strategi diferensiasi, Citra merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di CincaoStation Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2),1-11.
- Rafli, D. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Olen Konsumen Pada Usaha Tanam Hias Pertiwi Flower Dikelurahan Lubuk Minturun Kota Padang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Rimiyati, H., & Widodo, C. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Mnajemen Bisnis*, 5(2), 223-234.
- Simamora, Henry. (2010). *Manajemen Pemasaran Iternasional*. Jilid II, cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, B. (2019). Konsep Mekanisme Pasar Dan Persaingan Harga Dalam Islam. *Al-Mujaddid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 1(2), 25-34).
- Tiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Edisi 1. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Top Brand Award, (2019), Top Brand Index 2019 Fase 1. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2019
Diakses pada 27 Juni 2021.
- Top Brand Award, (2020), Top Brand Index 2018 Fase 1. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2020
Diakses pada 27 Juni 2021.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 1(4)