

DAFTAR PUSTAKA

- A. P. Simatupang. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Pelanggan Pizza Hut Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 5(2), 34–40.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*.
- Amstrong, G. (2015). *Dasar dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Geramedia.
- Asalia, N., Nurhidayati, & Hatneny, A. I. (2021). Prodi Manajemen Surabaya. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 218–230.
- B. Simarmata. (2016). *Pengaruh citra merek dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pelanggan produk smartphone Samsung pada mahasiswa Stie Itmi Medan*. *Jurnal Ilm*.
- Budi, U. & W. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta). *Skripsi*.
- Digimind. (2020). *Data total penjualan dari 3 E-commerce di Indonesia*. <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>
- Getty , J.M & Thompson, N. . (2014). The relationship between quality, satisfaction, and recommending behavior in lodging decisions. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB. SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga, Jakarta.
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 22–30. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2714>
- Lindestad, A. dan. (2012). *Customer Loyalty and Complex Services. The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise*.
- MUI. (n.d.). *Label halal resmi MUI*. <https://www.halalmui.org/>
- Mustopa & Ramadhani, F. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada Pelanggan Airplane System (Survey Pada Mahasiswa Universitas Widyatama). *Jurnal Administrasi Bisnis*/8.
- Nurfadila, M. S. & A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol. 1, No, 319-332 Issn online 2443-3578/Issn Printed 2443-18.
- Oliver. (2014). *Satisfaction: a Behavioural Perspektif on The Consumer* (Edisi 2). New York, Mc Graw-Hill.
- Ramadhani, Megananda Dwi, and A. M. (2020). "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang),". *Salemba Empat*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Jilid 2 (ed.); Edisi 6). Salemba empat, Jakarta.
- sigma research. (2017). *faktor dalam membeli produk kosmetik*. <https://sigmaresearch.co.id/>
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sindwani, R. & Goel, M. 2015. (2015). The Impact of technology based self service banking service quality on customer loyalty. *International Journal of Marketing and Business Communication*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*. Alfabeta, Bandung.
- suwarni. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi Bisni*.
- Syarifah, A., & Ali, M. M. (2020). Influence Analysis of Product Quality and Brand Trust against Customer Satisfaction and Impact on Customer Loyalty Wardah Brand Cosmetics in Jabotabek. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(4), 8.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa* (Andi (ed.)). Yogyakarta.
- TOP BRAND. (2022). *TOP BRAND INDEX WARDAH*.
- Wijayani, T., & Prambudi, B. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Empiris Pada Pelanggan Wardah di Gerai Pusat Grosir Cililitan). *Jurnal Ekobis : EkonomiBisnis&Manajemen*,10(2),195–207. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.127>

Yanico dan keni. (2021). "Perceived Ease of Use, Trust, Dan Customer Satisfaction Sebagai Prediktor Terhadap Repurchase Intention." *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(2), 107–118.