

## DAFTAR PUSTAKA

- Asrina, A., & Bulutoding, L. (2016). PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DI KOTA MAKASSAR (STUDI KASUS PADA GIANT SUPERMARKET ALAUDDIN). *Jurnal Iqtisaduna*, 2(1), 55-68.
- Apriani, Y., Asnaini, A., & Kustin, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal terhadap keputusan membeli frozen food (studi di kota Bengkulu). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 6(1), 18-34.
- Faroh, W. N., & Junaidi, D. (2019). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BANGUNAN DI PORTAL NETWORK SIX STORE Cabang DEPOK 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111-120.
- Farida, N., & Saidah, S. (2017). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian sambal indofood di supermarket Sarikat Jaya Gresik. *GEMA EKONOMI (Jurnal Fakultas Ekonomi)*, 6(2), 156-167.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40-52.
- Khuwaroh, K., Widarko, A., & ABS, M. K. (2019). ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, KEAMANAN BAHAN, PROMOSI, DAN HARGA PADA PRODUK KOSMETIK SARIAYU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(05).
- Latte, J., & Narisda, N. (2020). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KALIMANTAN. *INOVATIF*, 2(1).
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli smartphone nokia series x di bec bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56-65.
- Pradwika, D. F., & Hadi, S. P. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap keputusan Pembelian pada konsumen E-Commerce Zalora. co. id (studi Kasus pada konsumen di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 1-8.

- Rakhi, H. (2019). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).
- Sinaga, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe ITS Milk Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 44-50.
- Syafii, M., & Yuda, P. (2013). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN DAYA BELI TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FRESH TEA DI KOPERASI SMPN 3 GRESIK. *GEMA EKONOMI (Jurnal Fakultas Ekonomi)*, 2(1), 1-17.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Widyaningrum, P. W. (2017). Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Ponorogo). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(2), 83-98.
- Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49-57.
- Yuniamartha, R. A. (2021). *Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi kasus pada Remaja di Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).