

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 1(2), 80- 103
- Anggraeni Ar, Soliha E. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*. 2020;6(3):96. <https://doi.org/10.21111/Tijarah.V6i3.5612>
- Anisya, R., Wijayanti, R., & Efendi, B. (2020). Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo). *Journal Of Economic, Business And ...*, Vol. 2(No 1), 1–8.
- Asmini, A., Suprianto, S., & Akmal, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Konsumen Di Indomaret Kelurahan Bugis). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 1(2), hlm. 170–177. <https://doi.org/10.58406/Samalewa.V1i2.470>
- Baihaqi, Bari. 2023. Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023. Diakses Pada 4 Oktober 2023 <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksigemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>
- Creswell, J. W. (2002). *Desain Penelitian. Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*, Jakarta: KIK, 121-180. Dewi, N., & Walyoto, S. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli

Ulang Produk Kosmetik Somethinc Di Kabupaten Sukoharjo (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said).

Fajar, R. A., Yunitarini, S., & Muhardono, A. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(02), 171–182.

Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113-127.

Ghozali, I., & Nasehudin, T. S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 74.

<https://Halalmui.Org/Pegecekansertifikasihalal>

Hardiansyah, H. P. M. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Pada Warga Desa. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains Fakultas Ekonomi 36 Universitas Asahan*, 1(2).

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 4(2), 163. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V4i2.6610>

Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press.

Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. *Jurnal*, April, 52.
- Laili, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743.
- Manopo, C., Tampi, J. R., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 499-502.
- Muhammad, A. A. (2018). Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, Promosi, Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Di UIN Jakarta. In *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume*.
- Nababan, Willy. 2023. Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku. Diakses Pada 4 Oktober 2023 Dari <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/23/pertumbuhanindustri-kecantikan-ditopang-impor-bahan-baku>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Novarintan, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Nurhayati, R., Hasanuddin, M., & Suyandi, D. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie

- Lemonilo. LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal, 2(2), 15–29.
<https://doi.org/10.15575/Likuid.V2i2.17401>
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek BRAND IMAGE Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Rahmawati, F., & Purwono, P. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Label Halal, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).
- Rozak, D. A., Suhendi, R. M., Nursolih, E., & Rustendi, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Kopi Bening Plamboyan. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 10(2), 81-86.
- Sari, T. P., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 4(2), 85-92.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta. Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- The Originote Official. 2023. About The Originote. <https://theoriginote.id/>. Diakses Pada 11 Februari 2024
- Utami, R. P., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Harga, Label Halal, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Hni-Hpai (Studi Kasus Pada Stokis Center Hni-Hpai Dusun Kanigoro, Desa Puton, Diwek, Jombang). *BIMA : Journal Of Business And Innovation Management*, 4(2), 371–383. <https://doi.org/10.33752/Bima.V4i2.409>

Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74-97.