UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah
pada Wanita di Wilayah DIY**
Chusnia Salma Nugraheni, Prof. Dr. apt. Dwi Endarti, S.F., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, A. D., & Biel, A. L., 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates.

Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R.A., Afgani, W. M., 2023, Survei Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif, *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, **3** (1), 31-39.

Adinda, G. T., Purnomo, B. B., Afifah, N., Barkah, & Marumpe, D. P., 2024, The influence of E-WOM and brand image on purchase decision of the originote, *Jurnal Ekonomi*, **13** (01).

Allen, M. S., Robson, D. A., & Iliescu, D., 2023, Face validity, *European Journal of Psychological Assessment*.

Amalia, R., & Rozza, S., 2022, Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta), *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, **9** (2), 1680–1690.

Angelia, Diva, 2022, *7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*, https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak digunakan-di-indonesia-2022-36qU3, 29 Agustus 2025.

Andini, N. S., 2024, https://compas.co.id/article/market-insight-brand-wardah-pimpin-top-brand-lokal-kategori-lipstik/, 11 Desember 2025.

Belch, G. E., & Belch, M. A., 2021, *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Edisi ke-12, McGraw-Hill Education.

Budiastuti, D., & Bandur, A., 2018*, Validitas dan Reliabilitas Penelitian*, Penerbit Mitra Wacana Media.

Bulan, T. P., 2017, Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.

Chairunnisyah, S., 2017, Peran Majelis Ulama Indonesia dalam menerbitkan sertifikat halal pada produk dan kosmetika, *Jurnal EduTech*, **3** (2), 64–75.

Chalil, R. D., 2020, *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global"*, PT. Rajagrafindo Persada.

Dinillah, F. I., Gunawan, J. & Sinansari, P., 2021, Penggunaan augmented reality dan perilaku konsumen dalam berbelanja kosmetik selama pandemi covid 19., *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), pp. 95-101.

Effendy, A. A., 2019, Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan, *Jurnal Ilmiah Feasible*, **1**, 79-95.

Firmansyah, A., 2024, Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Packaging Design Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah, *Disertasi*, Universitas Mercu Buana Jakarta.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Wanita di Wilayah DIY
Chusnia Salma Nugraheni, Prof. Dr. apt. Dwi Endarti, S.F., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Genoveva, G. and Utami, N.N., 2020, The influence of brand image, halal label, and halal awareness on customers purchasing decision of halal cosmetic, *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, **4** (2), 355-365.

Ghozali, I., 2021, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

GlobalData, 2024, *Indonesian consumers pivot towards halal cosmetics*, https://www.globaldata.com/media/consumer/indonesian-consumers-pivot-towards-halal-cosmetics-says-globaldata/, 7 Oktober 2025.

Golafshani, N., 2015, Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research, *The Qualitative Report*, https://doi.org/10.46743/2160-3715/2003.1870.

Hair J.F., 2010, Multivariate Data Analysis, *Edisi Ketujuh*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Hakim, A., Sugihantoro, H., Maulina, N., Nasichuddin, A., Setiawan, A.M. and Nicotiana, D.A., 2024, The Influence of Perception of Halal Labels and Brand Image on Cosmetic Purchasing Decisions Among Millennials, *Indonesian Journal of Halal Research*, **6** (2), pp.110-119.

Hamdani, T., 2022, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Dettol, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Hayet, 2019, Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak, *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, **10** (1).

Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Riono, S. B., 2023, Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Citakarya*, **1** (1), 43-55.

Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J., 2022, Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian kosmetik Revlon (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi), *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, **10** (3), 101-111.

Kotler, Armstrong, 2012, *Manajemen Pemasaran jilid 1,* diterjemahkan oleh Bob Sabran, Edisi ke-13, PT. Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G., 2022, *Principles of Marketing* (17th ed.), Pearson Education Limited.

Kotler, & Keller., 2021, *Intisari Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh A. Pramesta, Edisi Pertama, Penerbit Andi.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A., 2022, *Marketing management* (16th ed.), Pearson Education.

Mahanani, E., 2018, Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall.com, *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, **2** (1), 53–61.

Mardhotillah, R. R., Putri, E. B., Rasyid, R. A., & Sahrin, L. A., 2022, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian produk skinare, *Accounting and Management Journal.*

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Wanita di Wilayah DIY
Chusnia Salma Nugraheni, Prof. Dr. apt. Dwi Endarti, S.F., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

MPM Beauty, 2024, *Bagaimana E-Commerce Mengubah Wajah Bisnis Kosmetik*, https://mpmbeauty.co.id/bagaimana-e-commerce-mengubah-wajah-bisnis kosmetik/, 10 Desember 2025.

Nabila, N. dan Nuryanto, I., 2024, Pengaruh Brand Image, Product Quality dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sunblock Vaseline Healthy Di Kota Semarang, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, **2** (5), 20-26.

Nusaresearch. (2020). *Laporan tentang makeup routine di Indonesia*. https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsrs, 10 Desember 2025.

Pahlevi, R., 2022. *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce,* Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce, 10 Desember 2025.

Patino, C.M., & Ferreira, J.C., 2018, Inclusion and Exclusion Criteria in Research Studies: Definitions and Why They Matter. *J Bras Pneumol*, doi: https://doi.org/10.1590/S1806-37562018000000088.

Permatasari, D., & Suryo, H., 2022, BRAND IMAGE WARDAH KOSMETIK UNTUK MENARIK MINAT BELI (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA). *Solidaritas*, *6*(2).

Porwani, S., & Rochmawati, B., 2021, Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang 2, *Adminika*, **7** (1), 63–80.

Rahmawati, F., 2023, Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Label Halal, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Raden Mas Said Surakarta.

Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E., 2017, Pengaruh word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt.kengzen kenko indonesia di manado, *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.

Sadya, 2022, *Pandemi turun konsumen lebih pilih belanja fesyen di e-commerce,* https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pandemi-turun-konsumen-lebih-pilih-belanja-fesyen-di-ecommerce, 29 Agustus 2025.

Sakinah, D. & Ety, N., 2025, Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Cosmetics Di Jakarta Pusat, *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 12579-12594.

Sharif, O. O. & Fitriani, V., 2018. Analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas merek konsumen pada produk kosmetik, *eProceedings of Management*, *5*(1).

Sihotang, H., 2023, *Metode Penelitian Kuantitatif*. UKI Press, Jakarta.

Sirwanti, S., Nursyam, A., & Ningsi, E., 2019, Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan Orang Tua terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa. *Delta-Pi: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 8(2), 23–42.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Wanita di Wilayah DIY
Chusnia Salma Nugraheni, Prof. Dr. apt. Dwi Endarti, S.F., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Statista, 2022, Makeup market in Indonesia, https://www.statista.com/topics/7692/makeup-market-in-indonesia/#topicOverview, 29 Agustus 2025.

Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D., 2019, Pengaruh Brand Ambasador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Telasindo Shop sebagai Distibutor Utama Telkomsel Dimanado. *Jurnal EMBA*.

Suara.com, 2025*, Perjalanan Wardah: Pionir kosmetik halal yang menggebrak pasar kecantikan Indonesia*, https://www.suara.com/lifestyle/2025/01/28/200231/perjalanan-wardah-pionir-kosmetik-halal-yang-menggebrak-pasar-kecantikan-indonesia, 16 September 2025.

Sugiyono, 2023*, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta Bandung.

Sulistiyarningsih, R., 2024, 25 *Daftar Make Up Wardah Paling Laris di Pasaran, Brand Lokal yang BPOM dan Halal*, https://shopping.tribunnews.com/2024/09/28/25-daftar-make-up-wardah-paling-laris-di-pasaran-brand-lokal-yang-bpom-dan-halal, 10 Desember 2025.

Suryowati, B., & Nurhasanah, 2020, Label halal, kesadaran halal, religiusitas dan minat beli produk kosmetik halal. *Jurnal Kompleksitas*.

Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D., 2022, Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru, *Economics, Accounting and Business Journal*.

Trisnawati, O.M., 2017, Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang), *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4 (2): 174-184.

Umar, A. U., Mustofa, M. T., Fitria, D., & Jannah, A. M., 2020, Pengaruh label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian produk sidomuncul, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.

Wati, Y.S. dan Sirajuddin, 2024, Pengaruh *Brand Image* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat,* 4 (6), 1769-1782.

Widhiarso, W., 2010, Uji Linieritas Hubungan, Fakultas Psikologi UGM.

Wisudaningsi, B.A., Arofah, I., dan Belang, K.A., 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda*, Statmat: Jurnal Statistika dan Matematika*, 1 (1): 103-116.

Zaenudin, U., 2024, Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Toko Cantik Pamanukan, *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, *1*(1), 11-19.

Zusrony, F., 2021, *Perilaku konsumen di era modern,* Yayasan PAT.