

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, G. T., Purmono, B. B., Afifah, N., Barkah, B., & Marumpe, D. P., 2024, The Influence of E-Wom and Brand Image on Purchase Decision of The Originote, *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 512–528.
- Agustin, S. N., & Mulyadi, D., 2024, Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Somethinc, *Journal Sains Student Research*, 2(4), 500–509.
- Ahmad, M., 2021, Pengaruh Kelas Sosial, Keadaan Ekonomi, dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat di Kota Sungai Penuh, *Al Dzahab*, 2(2), 59–65.
- Aisyah, A., Fitri, A., & Syahbudin, F., 2021, Analysis of the Effect of Price and Product Reviews on Online Purchase Decisions Through Shopee in the Midst of the Covid-19 Pandemic (A Case Study: Shopee Consumers in Banjarnegara Regency, Central Java), *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 16–45.
- Aisyah, S., Saputra, E., Rozanda, N. E., & Ahsyar, T. K., 2021, Evaluasi Usability Website Dinas Pendidikan Provinsi Riau Menggunakan Metode System Usability Scale, *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 7(2), 125–132.
- Andriana, D., & Puspitorini, A., 2018, Perbandingan Penggunaan Face Primer Berbentuk Cair dan Gel sebagai Base Makeup untuk Daya Tahan Makeup Prewedding pada Kulit Wajah Berminyak, *Jurnal Tata Rias*, 7(3).
- Aprilian, Y., & Arifin, Z., 2024, Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di Tembilahan, *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis*, 1(2).
- Armelia, Y., & Irianto, A., 2021, Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418–426.
- Badan Perencanaan Pembangunan, Riset, dan Inovasi Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2025, *Jumlah Pemeluk Agama*, https://bapperida.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/314-jumlah-pemeluk-agama, 29 Desember 2025.
- Badan Pusat Statistik, 2024, *Agama di Indonesia, 2024*, <https://samarindakota.bps.go.id/en/statistics-table/1/MzIOIzE=/religion-in-indonesia--2024.html>, 21 Agustus 2025.
- Badan Pusat Statistik, 2025, *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2025*, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>, 19 Agustus 2025.
- Bandur, B., & Budiastuti, D., 2018, *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M., 2017, Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy

- pada Masyarakat Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
- Chou, J. R., 2011, A Gestalt–Minimalism-Based Decision-Making Model for Evaluating Product Form Design, *International Journal of Industrial Ergonomics*, 41(6), 607–616.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M., 2023, Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, *Journal of Student Research*, 1(5), 113–123.
- Dongo, A., Mazorodze, A. H., & Chabata, V. T., 2025, Investigating The Role of Knowledge Management in The Pharmaceutical Sector: A Systematic Review, *SA Pharmaceutical Journal*, 92(2), 37–45.
- El-Farobie, F., Muharir, M., & Setiawan, B., 2021, Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus di Klinik Elsha Kota Palembang), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 115–124.
- Erviana, A., & Sulisty S. D., 2017, Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Saripohatji di Bandung, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.
- Fraculj, M., Lekaj, L., & Kondić, L., 2023, Research on Attitudes toward Minimalistic Design in Marketing Communications, *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 9(14), 5–14.
- Gautam, Pratyush, 2020, Understanding the Marketing Mix, *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, 7(1), 582–585.
- Genoveva, G., & 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*, Edisi 10, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumber, S., 2023, Minimalism in Design: A Trend of Simplicity in Complexity, *Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2), 357–365.
- Habibi, M. Y., & Mubasiroh, S. L., 2023, Analisis Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal pada Masyarakat Lombok Tengah di Masa Pandemi (Studi Masyarakat Praya Lombok Tengah), *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4(1).
- Hair J.F., 2010, *Multivariate Data Analysis*, Edisi Ketujuh, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hakiki, K. M., Supraptiningsih, E., & Hamdan, S. R., 2018, Studi Deskriptif Impulse Buying pada Kosmetik di Kalangan Mahasiswi Psikologi, *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi: JPPP*, 7(2), 81–85.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024, *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>, 19 Agustus 2025.

- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah, 2025, *Jumlah Data Satuan Pendidikan (Dikti) Per Prov. D.I. Yogyakarta*, <https://referensi.data.kemendikdasmen.go.id/pendidikan/dikti/040000/1>, 16 Desember 2025.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H., 2018, The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention—An Empirical Study of Phuc Long’s Packaged Tea Products, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13.
- Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., Nanulaita, D. T., & Melmambessy, S., 2023, Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Ambon, *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 451–464.
- Kotler, P., & Armstrong, G., 2018, *Principles of Marketing Global Edition*, Edisi 17, Pearson Education, London.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A., 2021, *Marketing Management*, Edisi 16, Pearson Education.
- Kristina, S. A., & Kuswahyuning, R., 2020, Anti-Aging Cosmetics and Factors Associated with Purchase Behavior in Yogyakarta, Indonesia, *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1942–1946.
- Kurniawan, H. D., 2018, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.
- Lailiyah, N., 2022, Pengaruh Kemasan (Packaging) Dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove Di Pasuruan, *AN-NIBRAAS*, 1(02), 113–133.
- Laoli, H. Y. K., Kurniawan, Y. M., Zai, S., & Zalukhu, Y., 2024, Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rifi Gamumu Di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli, *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(3), 14521459.
- Layli, A. N., Maidita, C., & Asilmi, C. B., 2022, Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan terhadap Minat Beli Konsumen, *Journal Beauty and Cosmetology*, 4(1), 6–13.
- Lengkong, F., Sepang, J., & Tulung, J. E., 2017, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi pada Perusahaan Matahari Dept. Store Mtc Manado), *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Lestari, D. T., Novianti, N., & Hidayat, S., 2025, Analisis Strategi Pemasaran Produk Wardah, *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 177–189.
- Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E., 2023, Pengaruh Label Halal, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 219–237.

- Masuwai, A., Zulkifli, H., & Hamzah, M. I., 2024, Evaluation of Content Validity and Face Validity of Secondary School Islamic Education Teacher Self-Assessment Instrument, *Cogent Education*, 11(1), 2308410.
- Mauludin, M. S., 2022, Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce, *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Mehek, A., 2020, Marketing Management: Influences The Business Pattern in An Organization, *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 8(7), 308–311.
- Mohezar, S., Zailani, S., & Zainuddin, Z., 2016, Halal Cosmetics Adoption Among Young Muslim Consumers in Malaysia: Religiosity Concern, *Global Journal Al-Thaqafah*, 6(1), 47–59.
- Moningka, G. G., bin Hasan Jan, A., & Rogi, M. H., 2023, Pengaruh Physical Evidence, Citra Merek dan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada Cv. Mitra Sehati Jaya Manado, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 1418–1424.
- Nadikattu, R. R., 2020 Effective Innovation Management in Strategic Planning, *International Journal of Engineering, SCIENCE AND*, 9(5), 106–116.
- Najmudin, N., Ridwan, I., Jakaria, J., Maisaroh, I. & Sujannah, N., 2023, The Effect of Halal Labels on Purchasing Decision of Halal Cosmetic Products with Interest as Intervening Variable, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 99–110.
- Nurhaliza, N., Syarofi, M., & Siddiquee, A. M., 2025, Relevansi Halal Lifestyle dan Halal Awareness dalam Menggunakan Kosmetik Halal: The Relevance of Halal Lifestyle and Halal Awareness in Using Halal Cosmetics, *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(1), 364–386.
- Pahlevi, R., 2022, *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce*, <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/c00ab6443c09f00/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>, 16 Desember 2025.
- Pane, D. C., Paula, C., Apriliyani, D., & Ufrida, N., 2021, Pengaruh Profesionalisme, Experience, Akuntabilitas dan Kompetensi Auditor Terhadap Kualitas Audit pada Kantor Akuntan Publik di Wilayah Kota Medan, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 312–331.
- Paramita, G. V., 2010, Studi Kasus Perbedaan Karakteristik Mahasiswa di Universitas XTM-Indonesia dengan Universitas YTM-Australia. *Humaniora*, 1(2), 629–635.
- Paramita, A., Ali, H. & Dwikoco, F., 2022, Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran), *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Patino, C. M., & Ferreira, J. C., 2018, Inclusion and Exclusion Criteria in Research Studies: Definitions and Why They Matter, *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, 44, 84–84.

- Peter, J. P., & Olson, J. C., 2008, *Consumer Behavior and Marketing Strategy (8th Ed.)*, McGraw-Hill/Irwin.
- Ponto, J., 2015, Understanding And Evaluating Survey Research, *Journal of The Advanced Practitioner in Oncology*, 6(2), 168.
- Pramana, M. A., & Ismail, N., 2024, Label Halal dan Pengetahuan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Kosmetik: Studi Kasus Gen Z di Jabodetabek, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 182–190.
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R., 2023, Pengaruh Penggunaan Warna pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah terhadap Persepsi Konsumen, *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2, 174–180.
- Pulungan, I. S. C., Yuliana, Y., Utama, I., & Hadian, A., 2024, Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Kelurahan Sitirejo Iiikecamatan Medan Amplas), *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 476–484.
- Putri, B. R. T., 2017, *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar.
- Rakhi, H., 2019, Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak, *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).
- Roy, P., Sadekin, M. N., Hoque, M. M., & Siddiqui, M. S., 2021, The Impact of Packaging on Customer's Buying Decision, *Developing Country Studies*, 11(5), 1–55.
- Saguni, S. S., & Baharman, B., 2016, Narasi Tentang Mitos Kecantikan dan Tubuh Perempuan dalam Sastra Indonesia Mutakhir: Studi Atas Karya-Karya Cerpenis Indonesia, *RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 9(2).
- Salem, M. Z., 2018, Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain, *Management Decision*, 56(8), 1748–1768.
- Salsabila, M., 2023, Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas serta Kesadaran Halal Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *Youth & Islamic Economic Journal*, 4(2).
- Sodiq, S., 2023, Representasi Konsep Halal pada Iklan Kosmetik Wardah, *Bapala*, 10(3).
- Sinambela, R. S., Haholongan, R., Ashari, D., Salsabila, S., & Diva, T., 2024, Menggali Perilaku Konsumen pada Pengguna Kosmetik di Toko Offline (Studi Kasus pada Produk Lokal Wardah), *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(2).
- 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).
- Srivastava, P., Ramakanth, D., Akhila, K., & Gaikwad, K.K., 2022, Package Design as a Branding Tool in The Cosmetic Industry: Consumers' Perception Vs. Reality, *Sn Business & Economics*, 2(6), 58.

- Sugiyono, 2023, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sujana, R. O. M., 2020, Penerapan Konsep Desain Minimalis pada Perumahan Kelas Menengah di Kota Bandung, *Jurnal Tiarsie*, 17(1), 19–32.
- Susanti, S., 2022, Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan terhadap Produk dengan Label Halal, *Istithmar*, 6(2), 146–158.
- Tribunshopping, 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>, 16 Desember 2025.
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. S., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J. S., ... & Rahman, A., 2024, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Waheed, S., Khan, M. M., & Ahmad, N., 2018, Product Packaging and Consumer Purchase Intentions, *Market Forces*, 13(2).
- Wang, X., & Cheng, Z., 2020, Cross-Sectional Studies: Strengths, Weaknesses, and Recommendations, *Chest*, 158(1), S65–S71.
- Warto, W., & Samsuri, S., 2020, Sertifikasi Halal dan Implikasinya bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia, *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Wen, F., & Huang, M. J., 2021, A Color Study on The Packaging Design of Korean Brand Cosmetics-Focusing on Affordable Brands for Female Consumers, *E3S Web of Conferences*, 236, 05022.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L., 2020, *Uji Persyaratan Analisis*, KLIK MEDIA, Pontianak.
- 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.
- Yulianti, N. M. D. R., Oktaviani, P. N., Yoga, I. M. S., Wisudawati, N. N. S., & Sari, P. R. J., 2021, Perilaku Pembelian Kosmetik Secara Online Selama Pandemi, *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 420–437.
- Yusuf, A. M., 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Yusuf, A., 2021, The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City, *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472–481.