

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman, dkk, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011).
- Akil, Muhammad Zainuddin Akil, *Branding Dalam Sejarah Ekonomi Islam*, Volume 9 Nomor 1, Rabiul Awwal 1436/2015. hal. 25. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ijtihad/article/view/2566/1813>.
- Alquran, al-Baqarah ayat 168, Alquran dan Terjemahannya (Klaten: Indiva Media Kreasi, 2009).
- Alquran, al-Baqarah ayat 173, Alquran dan Terjemahannya (Klaten: Indiva Media Kreasi, 2009).
- Alquran, al-A'raf ayat 96, Alquran dan Terjemahannya (Klaten: Indiva Media Kreasi, 2009).
- Alfian, Ian, dan Muslim Marpaung, *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan*, At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, 2017.
- Aliami, Sri dan Ismayantika Dyah, *Pengaruh Brand Image, Trust, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*, Vol. 02 No. 02 Tahun 2018.
- Andriani, Rikke, "Pengaruh Negara Asal (*Country of Origin*), Merek dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Produk Kosmetik di daerah Istimewa Yogyakarta).
- Databoks, Tentang "Konsumen Indonesia Lebih Suka Merek Kosmetik Global", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/konsumen-indonesia-lebih-suka-merek-kosmetik-global#>, diakses pada 14 Oktober 2020.
- Dinata, Jovita S., dkk, *Country of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei Pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli iPad di Indonesia)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 25 No. 1, Agustus 2015.
- Edi, Sarwo, *Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen dan Asosiasi Merek Terhadap proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris Pertimbangan Mahasiswa UNNES dalam Pembelian Laptop Toshiba)*, Universita Negeri Semarang, 2013.
- Ekawati, Priscilla, *Perbedaan Minat Beli Konsumen Berdasarkan Negara Asal (*Country of Origin*) dan Fitur Produk Pada*

- Produk Smartphone*, Parsiomnia, Vol. 2. No. 1. April 2015.
- Firmansyah, Herry, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek cet. 1* (Yohyakarta: Penerbit Medpress Digital, 2013).
- Firmansyah, M. Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- Firmansyah, M. Anang, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Undip, 2011).
- Hamdi, Asep Saipul, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014).
- Hermawan, Asep, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitaif*, (Jakarta: Gasindo, 2005).
- Joesyuana, Kiki, “Pengaruh Sikap, factor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Tata Rias Wajah Import (Survey pada mahasiswi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda)”, *Jurnal Valuta* Vol. 3 No 2, Oktober 2017.
- Kanitra, Althaf Revi, dan Andariani Kusumawati, *Pengaruh Country of Origin dan Online Review Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (SURvei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijawa Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61 No. 1, Agustus 2018.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, Tentang “*Produk impor yang menguasai pasar domestik*”, <https://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>, diakses pada 14 Oktober 2020.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003).
- Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam*, *Jurnal Ekonomi Syariah Indoneisa* Volume VI No. 1, Juni 2016.
- LPPOM MUI, “Tentang Sertifikasi halal”, <http://www.halalmui.org/>. Diakses tanggal 13 November 2019.

- Mamang, Etta, Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013).
- Manullang, E. Fernando M., *Sistem Hukum di Indonesia Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2016).
- Muninjaya, A. A. Gde, *Langkah-Langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah*, (Jakarta: EGC, 2003).
- Ningsih, Ekawati Rahayu *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010).
- Nuridin, Ismail, dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019).
- Nurhijriah dan Gunawan Saleh, *Pengaruh Label Halal Pada Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Membeli*, Universitas Abdurrah Pekanbaru.
- Noviyanti, Sari Dwi, *Pengaruh Merek dan Negara Asal (Country of Origin) Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*, Universitas Hasanuddin Makassar, 2016.
- Paragon Technology and Innovation, “About Paragon”, diakses pada 07 Juli 2020, <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>.
- Parera, J.D., *Teori Semantik*, (Jakarta: Erlangga, 2004).
- Pedoman Tranliterasi Arab Latin hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.
- Portal Informasi Indonesia, “Tentang Agama resmi di Indonesia”, <http://www.indonesia.go.id/profil/agama/>. Diakses tanggal 13 November 2019.
- PT Paragon Technology & Innovation, “Wardah Perkuat Posisinya Sebagai Pelopor merek Kosmetik Halal dengan Kampanye ‘Halal dari Awal’”, <https://pressrelease.kontan.co.id/release/wardah-perkuat-posisinya-sebagai-pelopor-merek-kosmetik-halal-dengan-kampanye-halal-dari-awal>, Diakses tanggal 13 November 2019.
- Rahmani, Putri Indar, “Pengaruh Perilaku Kosumtif dan *Country of Origin* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi

- pada Wanita Bekerja di Wilayah Surabaya), *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 7 Nomor 2, 2019.
- Ram dini, Laila, “Kosmetik Lokal Jadi Andalan”, <https://www.alinea.id/infografis/kosmetik-lokal-jadi-andalan-b1U5P9dYl>, Diakses tanggal 13 November 2019.
- Rangkuti, Freddy, *The Power of Brands “Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek” Cetakan Ketiga*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Sanjaya, Surya, *Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan*, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 16, No. 02, 2015.
- SF, Yenata, Herawati FA, *Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap Brand Image (Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap Brand Image Zupparella)*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cet. Ke-16 (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, ed. Dhewiberta Hardjono (Yogyakarta: Andi Offset, 2009).
- Suratmaja, Agus Candra, *Gugatan Penghapusan Merek Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001*, (Pustaka Literasi, 2017).
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015).
- Tati, Putri Wahyu, *Pengaruh Country of Origin dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara)*, *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, Vol. 25 No. 1, 2015.
- Top Brand Award, “ Tentang Metodologi Survey” <https://www.topbrand-award.com/metodologi-survei/>, diakses pada 14 Oktober 2020.
- Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan*

- Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).
- Unaradjan, Dominikus Dolet, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019).
- Wardah Beauty, “*Wardah Produck*”, diakses pada 07 Juli 2020, <https://www.wardahbeauty.com/>.
- Widyaningrum, Premi Wahyu, *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (SURvei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)*, Jurnal EKonomi Syariah Indonesia, Vol. VI, No. 2 Desember 2016.
- Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015).
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013).

