

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, S., Revolina, E., Soleh, A., Wijaya, E., dan Kurniawan, K. (2023). Pengenalan bauran pemasaran (4P) untuk menentukan strategi pemasaran produk olahan siswa siswi SMKN Agribisnis Dangu Datuk Kota Bengkulu. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1).
- Anggraeni, C. S., Ekawati, E., dan Arum, K. (2023). Analisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasca pandemi. *EBBANK*, 13(1), 49–58.
- Anzhari, A. M. (2023). Analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja pada PT. Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Ilmiah Neraca: Ekonomi Bisnis, Manajemen, Akuntansi*, 6(1), 10–16.
<https://doi.org/10.56070/jinema.v6i1.66>
- Anzhari, A. M., dan Srianti, H. (2023). Analisis pengendalian persediaan bahan baku pada perusahaan PT. Daya Sakti Industri di Makassar. *Jurnal Ilmiah Neraca: Ekonomi Bisnis, Manajemen, Akuntansi*, 6(2), 11–19.
- Bahri, K. N. (2023). *Langkah dalam meningkatkan keputusan pembelian online produk UMKM Fesyen Hijab*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Efendi, F. H., Susena, K. C., dan Rahman, A. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian Wardah (Study kasus mahasiswi pada Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu). *Jurnal Fokus Manajemen*, 4(1), 9–18.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, konsep, dan strategi pemasaran syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194–211.
- Fatchurrachman. (2024). *Analisis strategi pemasaran Wardah dalam membangun citra halal di pasar kosmetik Indonesia (Pendekatan Kualitatif pada konsumen beragama muslim di Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Fithoni, A., dan Azman, A. (2021). Analisis tingkat kepuasan penghuni asrama terhadap fasilitas, biaya dan pelayanan yang diberikan (Studi kasus pada Rusunawa YPSBR Muara Bulian). *Citra Ekonomi*, 2(2), 99–110.
- Hapsari, A. C., Mulyantomo, E., dan Triyani, D. (2023). Rahasia di balik kesuksesan dalam mempertahankan eksistensi aneka olahan bandeng. *Solusi*, 21(4), 331. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7035>
- Hentiani, E. (2023). *Analisis pemasaran kelapa sawit rakyat studi kasus: Desa Rantau Panjang Kecamatan Longkib Kota Subulussalam*. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Hidayat, R., Menhard, Yulita, R., Wahab, W., Ilyas, M., dan Nusyirwan. (2024). *Manajemen pemasaran*. Azka Pustaka.

- Hikmah, A. M. (2023). Analisis kualitatif kosmetik dan tingkat kesadaran mahasiswa dalam pemilihan produk kosmetik. *Dalton: Jurnal Pendidikan Kimia dan Ilmu Kimia*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.31602/dl.v6i1.10284>
- Hulu, E., Mendrofa, Y., dan Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106–115.
- Machbub, S., Nopiyanti, F., Fitria, T., dan Marlina, L. (2023). Analisis dampak sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi tahun 2020-2021). *Ekonom: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(3), 140–148. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i3.1012>
- Nastiti, N. De, dan Perguna, L. A. (2020). Konstruksi konsumen muslim terhadap labeling halal (Studi fenomenologi penggunaan kosmetik halal di kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 9(1), 197–211.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., dan Asir, M. (2022). Literature review: Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dan harga kompetitif. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Nurhadi. (2019). Sekolah bermain (TPI/TPA/TKA/TPQ) dalam pendidikan Islam. *AS-SABIQUN*, 1(1), 80–94. <https://doi.org/10.36088/assabiqun.v1i1.206>
- Nusraningrum, D. (2023). Implementation of quality education through human resources in vocational high school. *ICCD*, 5(1), 388–395.
- Pendada, A. P. (2024). *Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian kendaraan listrik Uwinfly di Surabaya*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
- Prameswari, F. A., dan Koesworodjati, Y. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen (Survei pada konsumen Ita's Kuker Snack and Catering)*. Universitas Pasundan Bandung.
- Rismananda, D., Fatira Ak, M., dan Zuhirsyan, M. (2021). Keputusan pembelian generasi milenial terhadap kosmetik berlabel halal. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(1), 1–12.
- Sabilla, S., Fasa, I., dan Suharto. (2022). Analisis implementasi strategi bauran pemasaran perbankan syariah dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(3), 253–268.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., dan Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Yesi, R., dan Sianturi, M. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Beauty House.

Mulia Pratama Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 1–8.

- Budiarti, A. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Influencer UMKM Batik Ngejreng Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 161–168. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.307>
- Gain, A. M., Coote, L. V., dan Bonfrer, A. (2024). Conceptualising and Measuring Consumer Perceptions of Brand Wastefulness. *Journal of Brand Management*, 31(1), 557–575. <https://doi.org/10.1057/s41262-024-00360-1>
- Kurniawan, B. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen (Perspektif Pemasaran Digital)*. Bekasi: PT. Kimhsafi Alung Cipta.
- Kurtmollaiev, S., Andreassen, T. W., dan Lervik-Olsen, L. (2025). How Quality and Innovation Drive the Service Experience. In *Handbook of Service Experience* (pp. 67–81). Norway: Edward Elgar Publishing.
- Mahanani, E., Sari, B., dan Thantawi, A. M. (2024). Workshop Tiktok Senjata Rahasia Tingkatkan Omset UMKM Binaan Gemma Indonesia Raya, Depok. *Ikraith Abdimas*, 8(1), 283–293. <https://doi.org/10.37817/ikraithabdimas.v8i1.3203>
- Mzid, N. (2024). Effect of Advertising Effectiveness Via Mobile Social Networks (SNS) on Consumer Engagement and the Behavioral Intentions of Online Consumers. *Social Media and Modern Society*, 9(3), 118–149. <https://doi.org/10.5772/intechopen.1006165>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., dan Yusuf, M. (2022). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>
- Prameswari, F. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Ita's Kuker Snack and Catering)*, Thesis. Universitas Pasundan Bandung.
- Sáez, D. E., Delgado-Ballester, E., dan Munuera-Alemán, J. L. (2023). Innovation in Business Model as a Response to the Sharing Economy. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(5), 602–619. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-06-2022-0187>
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Tanjung, S., Simanjorang, E. F., dan Limbong, C. (2023). The Influence of Price, Product Quality, and Security on Consumer Buying Interest in Online Shopee

Shopping (Study on Labuhanbatu University Students' Management Study Program). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 6(3), 3427–3440. <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3898>

Young, J. A., Chao, C.-A., dan Clark, P. (2025). *Sun King Brewery: A Case of Marketing Channel Redesign*. London: SAGE Publications.

Yulia, Lady. (2019). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–162.
<https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171>





