

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,576 yang lebih kecil dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,566 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, tingkat religiusitas konsumen tidak menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.
2. Variabel brand loyalty secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,489 yang lebih besar dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin tinggi loyalitas konsumen terhadap merek Wardah, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
3. Variabel label halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,913 yang lebih besar dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian, keberadaan label halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

4. Variabel label BPOM secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 0,919 yang lebih kecil dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,361 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa label BPOM dipersepsikan sebagai standar wajib pada produk kosmetik, sehingga tidak menjadi faktor pembeda dalam keputusan pembelian konsumen.
5. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,099 yang lebih besar dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian.
6. Berdasarkan hasil uji F (simultan), variabel religiusitas, brand loyalty, label halal, label BPOM, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Hal ini ditunjukkan

oleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,768 menunjukkan bahwa 76,8% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut, sedangkan 23,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna Produk Kosmetik Wardah Halal

Pengguna produk kosmetik, khususnya konsumen Wardah, diharapkan memiliki kesadaran bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh tampilan produk dan tren kecantikan, tetapi juga oleh aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas produk. Pemahaman mengenai pentingnya label halal dan label BPOM perlu terus ditingkatkan agar konsumen dapat memastikan bahwa produk yang digunakan aman dan sesuai dengan nilai-nilai religius. Selain itu, loyalitas terhadap merek sebaiknya dibangun berdasarkan pengalaman penggunaan yang positif dan kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, bukan semata-mata karena promosi atau pengaruh lingkungan. Pertimbangan harga juga perlu diperhatikan agar konsumen dapat mengelola pengeluaran

secara bijak dan menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan cakupan sampel agar hasil penelitian dapat lebih merepresentasikan perilaku konsumen pengguna produk kosmetik halal. Selain itu, penelitian mendatang dapat melibatkan responden dari kelompok demografis yang lebih beragam, seperti pekerja muda, ibu rumah tangga, serta pelajar tingkat SMA yang menggunakan produk Wardah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengkaji variabel religiusitas, brand loyalty, label halal, label BPOM, dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti kualitas produk, promosi, pengaruh media sosial, citra merek, serta rekomendasi dari lingkungan sosial, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik halal.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat difokuskan pada wilayah tertentu, seperti Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu, guna mengkaji lebih mendalam

pengaruh lingkungan sosial dan tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, Muhammad, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah, 'Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi', Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3.1 (2022), 301–13<<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>>
- Adinugraha, Hendri Hermawan, Wikan Isthika, and Mila Sartika, 'Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research', Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 1.3 (2017), 180- 95<<https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>>
- Aditya, Galuh, Hesti Ristanto, and Catur Catur, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian', JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi), 6.1 (2021), 58-71<<https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>>
- Aeni, Nur, and Maya Tri Lestari, 'Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah', Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma), 1.2 (2021), 117–26<<https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>>

Afifah, Nur Zelika, 'Pengaruh Halal Brand Image, Celebrity Endorse Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Wardah', Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2020, 12–26

Agustin, Suci, 'Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan', Skripsi, 2020, 1–98

Ahmad, Jumal, 'Religiusitas, Refleksi Dan Subjektivitas Keagamaan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)', Tesis, 2020, 1–180

Angelina, Radita Tri, 'Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian', Busine's and Entrepreneurship Journal (BEJ), 2.2 (2022), 119–28<<https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>>

Asyarifin, Nur 'Adila, 'Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetikdi Ponorogo, Institut Agama Islam Negeriponorogo, 2018, 1–70<<http://etheses.iainponorogo.ac.id/2506/1/>

Aulia, Mustika, and Muhammad Aswad, 'Pengaruh Islamic Branding, Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk', Jurnal Cendekia Ilmiah, 1.4 (2022), 294–305

Bashori, and Jannatul Aulia,' Penyusunan_Kerangka_Berpikir_Dalam_Penelitian, Univeristas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2024, 1–5

Birusman, Muhammad,'Harga Dalam Perspektif Islam'', Mazahib, 4.1 (2017), 86–99

Buccieri, Dominic, and Ji Eun Park, 'Entrepreneurial Marketing and Reconfiguration towards Post-Entry Performance: Moderating Effects of Market Dynamism and Entry Mode', Journal of Business Research, 148 (2022), 89–100<<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>>

Caron, Justin, and James R Markusen, 'Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).', 2016, 1–23

Damayanti, Ardilla, Agustina Mutia, and Laily Ifazah, „Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pada Mahasiswi Di Kota Jambi“, Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis, 3.1 (2024), 66–88<<https://doi.org/10.51903/jimeb.v3i1.699>>

Dewi, I Gusti Ayu Agung Omika, „Mendiskusikan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Dalam Penyusunan Disertasi : Sebuah Kajian Teoritis“, Krisna: Kumpulan Riset

- Akuntansi, 13.1 (2021), 31– 39<<https://doi.org/10.22225/kr.13.1.2021.31-39>>
- Dewi, Septiana Puspita, „Analisis Tingkat Brand Loyalty“, 3, 2010, 8–27
- Dinika, Suci Widiya, „Analisis Pengaruh Religiusitas, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Merek Wardah“, Skripsi: S1 Ekonomi Syariah, FEBI, UIN Salatiga, FEBI, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024, 70
- Gofur, Abdul, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan’, Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4.1 (2019), 37– 44<<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>>
- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar, „Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli“, Jurnal Ilmu Dan Riset, 4.3 (2019), 415–24<<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>>
- Henri, ‘A. Religiusitas 1. Pengertian Religiusitas.’, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 2018, 12–46
- Hidayah, Rohmatul, Sri Nuringwahyu, and Daris Zunaida, ‘Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Bpom Pada Pembelian Produk Kosmetik Impor (Studi Pada Mahasiswa Yang Membeli Produk Kosmetik Impor Di Akun Shopee

Beautylovers_Ska Di Kota Namlea)', Jiagabi, 11.1 (2022),
7–13<www.pom.go.id>

Ian Alfian, Muslim Marpaung, 'Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan', At Tawassuth, 2.1 (2017), 122–45

Idris, Junainah, Fadilah Mat Nor, and Aza Shahnaz Azman, 'Pengaruh Faktor Latar Belakang Terhadap Sikap Pengguna Muslim Dalam Pembelian Produk Kosmetik Halal', E- Jurnal Penyelidikan Dan Inovasi, 11.2 (2024), 165– 76<<https://doi.org/10.53840/ejpi.v11i2.183>>

Indarto, Laurencia Angela, and Stephanie Astrid Ayu, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Breadtalk', BIP's Jurnal Bisnis Perspektif, 14.2 (2022), 133– 42<<https://doi.org/10.37477/bip.v14i2.355>>

Influence, The, Of Product, Bpom Labels, On The, Decision To, Purchase Implora, and others, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Label BPOM Kosmetik Bibir Implora (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Sulawesi Barat) Andi Putri Dian Angriani Progra Studi Manajemen', 2023

Juhrotunnisa 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Cosmetic Pada Empat Penguruan Tinggi Di Kabupaten Jember'.', 33.1 (2022), 1–12

Kurniawan, Dimas, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, 'Perbandingan Perilaku Konsumen Tentang Produk Tanpa Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam', *Islamic Economics Review Journal*, 01.01 (2021), 16–30

Kusuma, Yohanes Surya, 'Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.1 (2014), 1–11<<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2019>>

Lahallo, Fensca Fenolisa, and Angelika Tauran, 'Analisa Laporan Keuangan Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Periode 2014-2023', *Jurnal Jendela Ilmu*, 5.2 (2024), 59–70<<https://doi.org/10.34124/ji.v5i2.205>>

Larasati, Ananya, Ikhwan Hamdani, and Santi Lisnawati, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1.1 (2019), 48<<https://doi.org/10.31000/almaal.v1i1.1815>>

Liyamilati Hanifah, and Heri Prasetyo, 'Pengaruh Brand Loyalty, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Yogyakarta', *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2.3 (2024), 141–53<<https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.928>>

Lubis, Indina Tazkiya, Muhammad Yasir, and Nevi Hasnita, 'Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Kota Banda Aceh', *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 9.2 (2024), 122– 28<<https://doi.org/10.35870/jemensri.v9i2.1140>>

Lubis, Muhammad Abdul Ali, and Cahaya Permata, 'Analisis Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal No 40 Tahun 2022 Terkait Ketiadaan Nama Lembaga Berwenang Pada Label Halal Perspektif Najmudin Al-Thufi', *Al-Mashlahah: Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, 10.2 (2022), 423–36<<https://doi.org/10.30868/am.v10i02.3000>>

Mahendri, Wisnu, Junianto Tjahjo Darsono, and Achmad Firdiansjah, 'Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kesadaran Halal', *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 3.3 (2020), 1739–46

Makkiyah, Hilmiyatul, and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Niat Beli Ulang Merek Kosmetik Lokal Untuk Remaja Dengan Pengalaman Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11.2 (2023), 337–51

Maria, Paska, and Pandoyo, 'Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey Pada

- Karyawan PT. Barclay Products Jakarta)', Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss), 1.1 (2020), 40–47
- Matondang, Zulaika, Hamni Fadlilah, and Ahmad Saefullah, Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating', Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5.1 (2023), 18–38<<https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.138.18-38>>
- Mega Lestari 'Pengaruh Sertifikasi Halal, dan Izin Edar BPOM Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar'. 2022,.
- Najtama, Fikria, 'Religiusitas Dan Kehidupan Sosial Keagamaan', Tasamuh: Jurnal Studi Islam, 9.2 (2018), 421– 50<<https://doi.org/10.32489/tasamuh.214>>
- Niswah, Nur Wihdatun, 'Pengaruh Islamic Branding Dan Brand Preference Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cosmetic Wardah Kota Tuban Skripsi Oleh : Nur Wihdatun Niswah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya', 2021
- Nugroho, Iwan, 'Agropolitan: Suatu Kerangka Berpikir Baru Dalam Pembangunan Nasional', Journal of Indonesian Applied Economics, 2.2 (2008), 2–2008<<https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2008.002.02.2>>

Nurfitriana, Silvia, and Franci Iriani, 'Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah', *Sebatik*, 22.2 (2018), 56–63<<https://doi.org/10.46984/sebatik.v22i2.308>>

Nurliyanti, Nurliyanti, Anesthesia Arnis Susanti, and Baruna Hadibrata, 'Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Management)', *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2.2 (2022), 224–32<<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>>

Nurmaya Adianti, Siti, and Febrima Ayuningrum, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah', *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5.1 (2023), 45–56<<https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>>

Pahutar, Irwana, Pristiyono Pristiyono, and Daslan Simanjuntak, 'Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian', *Remik*, 7.2 (2023), 1108–18<<https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12285>>

Pakpahan, Andrew Fernando, Adhi Prasetyo, Edi Surya Negara, Kasta Gurning, Risanti Febrine Ropita Situmorang, Tasnim Tasnim, and others, *Metodologi Penelitian Ilmiah*, 2021

Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, &

- Brand Loyalty', Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2.4 (2021), 471– 84<<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>>
- Pangastuti, Jasinta, Sudjiono Sudjiono, and Eni Prastiti, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri', : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2.1 (2019), 69<<https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>>
- Panjaitan, Andrey Olaf Yeriko, Rofiaty, and Sudjatno, ' Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang)', Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 3.2 (2019), 1–21
- Pelawi, Rafdhi Wira Oktavius, and Ariesya Aprillia, „Penguji-an Efek Kualitas Produk Halal Dan Religiusitas Pada Loyalitas Konsumen Produk Wardah“, Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas), 4.3 (2023), 978–86<<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2737>>
- Pembelian Produk Wardah Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan, Keputusan, and Siti Khoirul Masruroh, 'Skripsi Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap', 2021
- Prasetyo, Hendi, and Vera Anitra, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan : Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur', Borneo Student Research, 2.1 (2020), 705–13

Pratiwi, Afrida, Dedi Junaedi, and Agung Prasetyo, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi&Bisnis Islam*, 2.2 (2019), 150<<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>>

Pratiwi, Anisa Eka, Hari Purwanto, and Heny Sidanti, ' Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akutansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Pengaruh Halal Awareness dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli', September, 2022

Pribadi, Slamet, and Diana Fitriana, 'Kepastian Hukum Terhadap Label Dan Sertifikasi Halal Produk Pangan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal', *Logika : Journal of Multidisciplinary Studies*, 13.02 (2022), 202–8<<https://doi.org/10.25134/logika.v13i02.7176>>

Pulungan, Intan Sari Caramoy, Yayuk Yuliana, Indra Utama, and Arief Hadian, 'Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Kelurahan Sitirejo Iiikecamatan Medan Amplas)', *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6.3 (2024), 476–84<<https://doi.org/10.36985/b6s0mx78>>

Ramadhani, M Heru, 'Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM', Jurnal Sains Student Research, Vol.1.1 (2023), hlm 2

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya, 'Profil Sejarah Wardah', 2 (2024), 306–12

Rosita, Dewi, and Ivo Novitaningtyas, 'Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa', INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 4.4 (2021), 494–505<<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>>

Rosyada, Mohammad, 'Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal' Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 13.2(2022), 213–18<<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.868>>

Sadzalia, Shovi, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Di Kota Malang', Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015, h. 1-2

Salim & Haidir, Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan Dan Jenis, Society, 2019, II

Sari, Erina Sintha, B Rini Heryanti, and Dharu Triasih, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap

Problematika Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Dalam Bpom', Semarang Law Review (SLR), 1.2 (2022), 121–33<<https://doi.org/10.26623/slr.v1i2.2763>>

Sastra Nurrokhma, Dwi, 'Strategi Observasi Kritis Untuk Pembelajaran Menulis Teks Laporan Hasil Observasi', Journal of Education and Learning Sciences, 01.November (2021), 27–29

Savari, Dewi Putri, 'Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM Tinjau Dari Perilaku Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 1018 Di IAIN Bukittinggi) 2022

Sayyidah, Aisya Farah, Rifda Nafisa Mardhotillah, Nur Alfiana Sabila, and Sri Rejeki, 'Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis', Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam, 13.2 (2022), 103–15<<https://doi.org/10.15548/alqalb.v13i2.4274>>

Sihotang, Hotmaulina, Metode Penelitian Kuantitatif, Pusat Penerbitan Dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta, 2023<<http://www.nber.org/papers/w16019>>

Sugiam, A. Gima, and Emmanuel Febiano Sigit Bayu Pambudy, 'Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung)', Jurnal

Manajemen Maranatha, 17.1 (2017),
1<<https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>>

Suprayogo, Imam, and Tobroni, 'Metodelogi Penelitian Agama, Metodologi Penelitian, 2014, 102

Syahnur, Khaerunnisa Nur Fatimah, and Syarief Dienan Yahya, Studi Faktor Determinan Keputusan Investasi Generasi Milenial Pada Aset Kripto', AkMen Jurnal Ilmiah, 19.2 (2022), 144–53<<https://doi.org/10.37476/akmen.v19i2.2927>>

Widyaningrum, Premi Wahyu, 'Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)', Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 4.2 (2016), 83–98

Winata, Melina Gabrila, 'Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya', Sapientia Et Virtus, 7.1 (2022), 34–43<<https://doi.org/10.37477/sev.v7i1.343>>

