

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Tri Oktaviani., & Roslina, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk, dan Harga terhadap *Repurchase intention* di Toko *Holland Bakery* Bandar Lampung. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(2).
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Merk dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 122–145
- Anoraga, Pandji, 2000, Manajemen Bisnis, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ari Dwi Astono (2022). Pengaruh testimoni, situasional dan harga terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen rumah makan sa'i boja kabupaten kendal. *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 4(2), 413-424.
- Assauri, S., (2018), Manajemen Pemasaran, Raja Grafindo, Jakarta.
- Bulut, Z. A., & Karabulut, A. N. (2018). Examining the role of two aspects of eWOM in online repurchase intention: An integrated trust–loyalty perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(4), 407-417.
- Dewi, Eka, 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol.3, No.1: 47-61.
- Dylanti kirana dwi, & Rismawati, R. (2021). Pengaruh *Consumer Trust*, *Brand Image*, Dan *Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(8).
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap *Repurchase Intention*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8).
- Filieri, R., & Lin, Z. (2017). *The role of aesthetic, cultural, utilitarian and branding factors in young Chinese consumers' repurchase intention of smartphone brands*. *Computers in Human Behavior*, 67, 139-150.
- Garvin Liana, Y. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand Personality* Terhadap Minat Beli. *Jurnal inspirasi: Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1).
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).

- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 20*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect of Brand Image and Product Quality on RePurchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables in Consumers of Skincare Oriflame Users – a Study on Students of North Sumatra University, Faculty of Economics and Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57.
- Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of business research*, 69(4), 1484-1491.
- Harjuno, P., (2018), “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)”, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hilmiyatul Makkiyah, & Andjarwati, A. L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal terhadap *Repurchase intention* dengan *Customer Experience* sebagai Variabel mediasi (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Emina). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 337-351.
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). *Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427438.
- Istiqomah, N. H., & Rohim, A. M. (2022). Repurchase Intention of Total Detergent: *Halal Label and Brand Image*. *Annals of Management and Organization Research*, 3(3), 207-219.
- Izzudin, M. S., & Novandari, W. (2018). *The Effect Of Perceived Quality, Brand Image On Customer Satisfaction And Brand Awareness Toward Repurchase Intention*. *Journal of Research in Management*, 1(3)
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal

- Kertajaya, Hermawan. 2007. Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Ketut, Y. I. (2018). The role of brand image mediating the effect of product quality on repurchase intention. *Russian Journal of Agricultural and SocioEconomic Sciences*, 83(11), 172-180.
- Koran Tempo, (27/1/2020)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Jakarta: Erlangga
- Kotler & keller. (2013) Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13, Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K.L., (2017), *Marketing Management*, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (L. Albelli, Ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran edisi ke dua belas jilid*
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016b. *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education, Inc.* Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66-73.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Half.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009 Kurniawati, D., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang) (Vol. 1). Brawijaya University.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2018. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prectice Hall, Inc
- Kurniawan Arief Rahman. 2014. *Total marketing*. Kobis: Yogyakarta

- Laksana, F., (2018), *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. made. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality, And Service Quality On Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 182–188.
- Mukhroji, M. (2017). Analisis pengaruh faktor-faktor positioning produk terhadap citra merek pada produk roudup bosorb 480 SL dibrebes selatan: *JBIMA (jurnal bisnis dan manajemen)*, 5 (2).
- Mukhroji, Zahro U. C., & Fathoni, M. (2023). The Socialization and Implementation of self declare Halal Certification assistance program for mse activities in laren village, Brebes Towards increasing busniess income. *Teknologi tepat guna*.
- Negara, R. S. S., Padmawidjaja, L., & Herdinata, C. (2021). *The Effect of Innovation Product and Halal Labelization on Buying Repurchase Special Food in Blitar City. Business and Finance Journal*, 6(2), 167–174.
- Nugraha, R., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2017). *PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Nugraha, W. S., Chen, D., & Yang, S. H. (2022). The effect of a Halal label and label size on purchasing intent for non-Muslim consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(June 2021), 102873.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Marketing Strategi*. Salemba Empat, Jakarta
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2019). Repurchase Intention Study : Empirical Investigation on Guests Staying At Budget Hotels Incorporated in Airy Rooms. 12, 655–664.
- Purba, R. R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(1), 273-284.
- Purnapardi M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136-147.

- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di ECommerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136-147.
- Qardhawi Ath-Thawil. 2016. Syubhat Membuat Galau. Solo: Tinta Medina.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). The Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Repurchase intention Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 20-31.
- Ratna Anggraini, & Sumiati, S. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price dan E-Wom terhadap Repurchase Intention pada OlehOleh Khas Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1214-1226.
- Restu putra, P., Dio, M., & Rahanatha, G. B. (2020). *Promosi penjualan, store atmosphere, dan brand image berpengaruh terhadap repurchase intention* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sahir, Atika Ramadhan. Eka Dewi Setia Tarigan. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 3.
- Schiffman, I. G., & Kanuk. 2011. . Consumer Behavior (8th ed.).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2013). Consumer Behavior (8th editio). New Jersey: Prentice Hall.
- Setyawan dan Ihwan, Anton A, Ihwan Susila, 2004, "Pengaruh Service Quality Perception terhadap Repurchase Intentions: studi empiris pada konsumen supermarket" *Usahawan*, No 7 th XXXIII Juli, pp 29-37.
- Shiasi, M. Arani, & Shafiizadeh, H. (2019). Investigation of brand familiarity and brand recognition and their relationship with loyalty, repurchase intention, and brand recommendation with mediating role of brand reputation (Case Study: Esteghlal Hotel). *Revista Gestão & Tecnologia*, 19(5), 7-29.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. In Sugiyono, Statistika Untu Penelitian (pp 16- 206). Bandung : Alfabeta
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan : Teori Aplikasi dengan SPSS*. Andi
- Sumara, R., & Salim, L. (2020). Service Quality, Customer satisfaction, Brand Trust And Repurchase Intention. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(2), 493-514.
- Sutisna 2001, Ardhanari, M. (2012). Customer satisfaction pengaruhnya terhadap *brand preference dan repurchase intention private brand*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 58-69.
- Swastha, B. dan Irawan., (2017), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tirto.id (21 Juni 2023) Ringkang Gumiwang “Dibalik tren masuknya para artis ke industri kosmetik”
- Tjiptono, F., (2015), *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., Chandra, G. dan Adriana, D., (2018), *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Trisna yani, P. E., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh *product quality, brand image dan location* terhadap *repurchase intention* pada konsumen restoran *happy chappy canggu plaza*. *Emas*,
- Trisnayani, P. E., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh *product quality, brand image dan location* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen restoran *hapy chappy Canggu plaza*. 4(1), 147-160.
- Wulandari, A., Wahyuni, D. P., & Nastain, M. (2021). Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee di Yogyakarta. *Journal of Media and Communication Science*, 4(3), 123–134.
- Biel,S Aker., (1992), *Managing Brand Equity*. (Alvabeta.)
- Davidson, Wiliam., (1998), *Refailing Management.*, New York Sixh Edition.
- www.ponds.com.id
- www.topbrand-award.com