

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Alquran dan Terjemahnya. Jakarta: Alfatih, 2012.
- Ananda, Azka Faranisa dan Harimukti Wandebori. "The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on YouTube towards purchase intention by undergraduate students in Indonesia." *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 3 no. 1 (2016).
- Anjani, Sari dan Irwansyah. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]" *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah* 16 no. 2 (2020).
- Ayunda, Rahmi, dan Viola Zahra Ananda Kusuma. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik Yang Memiliki Kandungan Non-Halal Di Indonesia." *Maleo Law Journal* 5, no. 1 (2021).
- Azharsyah Ibrahim dkk. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.
- Effendi, Utsman. *Psikologi Kosumen*. Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2016.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2020.
- Ghozali, Imam . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketiga*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Ghozali, Imam *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dinopegoro, 2013.
- Hanindharputri, Made Arini dan I Komang Angga Maha Putra. "Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand." *Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, dan Desain* 1 (2019).
- Hayani, Nurrahmi. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah tangga Muslim di Pekanbaru." *Al-Amwal* 8 no.1 (2019).

- <http://www.halal.go.id/pengumuman/1>
- <https://fis.uii.ac.id/blog/2009/06/26/refleksi-sifat-rasulullah-saw-dalam-bisnis-dan-marketing/>
- <https://grafis.tempo.co/read/2959/fakta-fakta-logo-halal-baru-versi-kementerian-agama>
- <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-semakin-ketat-produsen-kosmetik-gencar-inovasi-produk>
- <https://insight.kontan.co.id/news/cantiknya-bisnis-kosmetik-pemain-makin-banyak>
- <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97c0c5c1948/bidik-pasar-kosmetik-halal-wardah-ekspor-rp-22-miliar-ke-malaysia>
- <https://quranhadits.com/quran/35-fatir/fatir-ayat-12/>
- <https://wolipop.detik.com/advertorial-news-block/d-5201138/deretan-influencerwanita-ikut-ramaikan-wardah-beauty-fest-2020>
- [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Wardah](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Wardah)
- <https://www.umm.ac.id/id/opini/melakukan-diferensiasi-ala-rosullullah-saw.html>
- Iswari, Retno dan Fatma Latifah. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, ed. Joshita Djajadisastra. Jakarta: Gramedia, 2013.
- Jauhari, Indah. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25 no. 3 (2020).
- Koeswinarno dkk. *Sertifikasi Halal Yes Or No*. Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020
- Konoras, Abdurrahman. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Legowati, Diah Ayu dan Farah Nisa Ul Albab. "Pengaruh *Attitude*, Sertifikasi Halal, Promosi dan *Brand* terhadap *Purchase Intention* di Restoran Bersertifikasi Halal " *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 2 no. 1 (2019).
- Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Masrukin. *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Press, 2010.
- Mubarok, M. Husni. *Manajemen Strategi*. Kudus: Buku Daros, 2009.
- Mukhid, Abdul. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Oktasari,Orin. "Bisnis Kosmetik Dalam Etika Bisnis Islam." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no.1 (2018).
- Pramudiana, Yudi dkk. *Business Plan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Rusdiana. *Manajemen Operasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Sahetapy, Jeofer Pratama. "Diferensiasi produk, strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no.3 (2013).
- Sakti, Mutia dkk. "Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikasi Halal" *Jurnal Yuridis* 12 no. 1 (2015).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sanusi,Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Setyaningsih, Eka Dyah dan Sofyan Marwansyah. "The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products." *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 3 no. 1 (2019): 66.
- Simanora, Idham Kurniawan. Handoyo Djoko Waluyo, dan Widayanto. "Pengaruh Harga, Citra Merek, Positioning dan Diferensiasi

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer,” *Diponegoro Journal Of Social and Politic* (2013).
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2009.
- Susetyohadi, Agus dkk. “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 no. 1 (2021).
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Warto dan Samsuri. “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia” *Jurnal Al Maal* 2 no. 1 (2020).
- Widyaningrum, Premi Wahyu. "Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Ponorogo)." *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no.2 (2017).
- Widyanto dkk. "*Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z?.*" *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 13, no. 1 (2020).
- Wijoyo, Hadion, Irjus Indrawan, Agus Leo Handoko dan Ruby Santamoko. *Generasi Z & Revolusi Industri 4*. Banyumas: Pena Persada, 2020.
- Yusnia, dan Burhanudin AY. "*Costumer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Grosir Solo.*" *Jurnal Ilmiah Edunomika* 4 no. 1 (2020)
- Yuvira, Ira Arnie. M. Yamin Siregar, dan Hesti Sabrina. "Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu Di Medan Sumatera Utara." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)* 2 no. 1 (2021).
- Zukhrufani, Alfitri dan Muhammad Zakiy. "*The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions.*" *JEBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5 no. 2 (2019).