

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Lulus Prasetyo, dan Supriono Supriono. "Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik (Studi Kasus Di Pt. Electrolux Surabaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 67.1 (2019): 62-71.
- Adriyati, Rosmaya, dan Farida Indriani. "Pengaruh E-WOM terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah." *Diponegoro Journal of Management* 6.4 (2017): 908-921.
- Ahmad, Rosmalia, dan Diah Febrina. "Motif Melakukan E-WOM oleh Konsumen." *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 8.2 (2018): 1-13.
- Alfian, Ian, dan Muslim Marpaung. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan." *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 2.1 (2017): 118-141.
- Alserhan, Baker Ahmad. *The Principles Of Islamic Marketing*. United Emirat Arab: United Arab Emirat University, 2017.
- Amalia, Destiana Wulan, and Dinda Amanda Zuliestiana. "Pengaruh E-WOM Di Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik New Wardah Exclusive Series (Studi Kasus Kota-Kota Di Jawa Barat)." *Jurnal Mitra Manajemen* 4.6 (2020): 871-884.
- Anggitasari, Siti Rafi, Ratih Hurriyati, dan Lili Adi Wibowo. "Pengaruh E-WOM Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Online." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 8.1 (2017): 6-10.
- Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1.2 (2018): 83-96.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2015, *Persyaratan Teknis Kosmetika*, Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.
- Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di

- Kabupaten Kudus." *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8.2 (2020): 289-302.
- Burhannudin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2013.
- Faizah, Hanif, dan Masreviastuti Masreviastuti. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4.2 (2019): 325-328.
- Fitriya, Elok. "Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk." *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)* 2.1 (2017).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002.
- Harahap, Eliya Fatma. "Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut." *Journal of Knowledge Management* 12.01 (2019): 012-020.
- Harahapa, Anggi Agusta Tiurina, Sigit Haryonob, dan Lukmono Hadic. "Pengaruh E-WOM Terhadap Destination Image Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis) p-ISSN 1836* (2019): 2277.
- Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Hasan, Ali. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2017.
- <http://www.topbrand-award.com>. Diakses pada 11 September 2020
- <https://iainkudus.ac.id/> diakses tanggal 10 Januari 2021
- <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses pada 20 Oktober 2020 pukul 09.35
- <https://www.salaamgateway.com/story/indonesias-wardah-concept-of-halal-cosmetics-wasnt-inherently-understood-by-consumers>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2021
- Ilham, Muhammad, S.H.I.,M.S.I, dan Firdaus, S.H.I.,M.H. *Islamic Branding dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang*. Bintan: STAIN Sultan Abdurrahman Press, 2019.

- Khadijah, Siti, dan Oni Anita Wulandari. "Islamic Branding Restoran Korea Terhadap Minat Beli Konsumen." *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya* 6.1 (2020): 16-29.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Terj. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benjamin Molan. Jakarta: Indeks, 2004.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, and AUFARUL MAROM. "Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus." *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8.2 (2020): 289-302.
- Masrukin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Press, 2018.
- Mokhtar, Susianah. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Makassar." *AkMen Jurnal Ilmiah* 17.1 (2020): 35-43.
- Nasrullah, Muhammad. "Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk." *Jurnal Hukum Islam* 13.2 (2015): 79-87.
- Ningtyas, Maharani Ika. "Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian." *SKETSA BISNIS* 5.1 (2018): 49-59.
- P, Kotler, dan Keller K. L. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Philip, Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Prayustika, Putu Adriani. "Kajian Literatur: Manakah yang lebih efektif? Traditional Word of Mouth atau E-WOM." *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika* 6.3 (2017): 168.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012
- PT Paragon Technology and Innovation <https://www.paragon-innovation.com/>. Diakses pada 29 Agustus 2020.
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. "Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 2.1 (2019): 68-77.

- Ramdhini, Via Carviola, and Ahmad Fatoni. "Pengaruh Intensitas Menonton Video
- Risman, Fitri, dan Citra Kusuma Dewi. "Pengaruh E-WOM Terhadap Purchase Intention Dengan Information Acceptance Sebagai Mediator (studi Pada Beauty Vlogger Kosmetik Wardah Remaja Indonesia)." *eProceedings of Management* 4.2 (2017).
- Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhani, dan Eka Dewi Setia Tarigan. "Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan." *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)* 3.1 (2016).
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, and Jamaluddin Husein. "Pengaruh e-WOM terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com." *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya* 3.01 (2017): 96-106.
- Savitri, Sonya Aprillia, and Rezi Erdiansyah. "Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya)." *Prologia* 3.1 (2019): 267-273.
- Setiawan, Budi, dan Celia Celesta Rabuani. "Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian." *Riset* 1.1 (2019): 001-015
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria, dan Andriani Kusumawati. "Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 63.1 (2018): 187-196.
- Solihin, Dede. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4.1 (2020): 38-51.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2003.

- Sulaiman, M. Reza. "Sejarah Panjang Kosmetik Halal di Indonesia Bersama Wardah". Diakses pada tanggal 29 Agustus 2020. <https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah>.
- Sunarto. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST, 2003.
- Supaat, dkk., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Progam Sarjana (Skripsi)*. Kudus: Pusat Penjamin Mutu (PPM) IAIN Kudus, 2018.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Suyanto. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2007
- Taqwa, Yuniman. "Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik". Diakses pada tanggal 28 Agustus 2020. <http://pelakubisnis.com/2020/02/Indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik>.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2014.
- Toruan, Rialdo Rezeky ML. "Proses Implementasi Word Of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1.1 (2018): 155-166.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- understood by customer", diakses pada tanggal 25 Febuari 2021, <https://www.salaamgateway.com/story/indonesias-wardah-concept-of-halal-snt-inherently-understood-by-consumers>
- Winosa, Yosi. "Indonesia's Wardah: Concept of halal cosmetics wasn't inherently
- Youtube Dan Kredibilitas Beauty Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video 'Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches')." *Scriptura* 10.2 (2020): 53-59.