

## DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto dan Himawan Wijarnako. *Power Branding Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan Media Utama, 2004.
- Adzkia Rahmatillah. 'Hubungan Antara Label Halal Dan Celebrity Endorsment Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan'. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. 3.2, 2020.
- Ahmad Ulil Albab Al Umar, dkk. 'Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul'. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 3.1, 2020.
- Alfeus Manuntung. *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Malang: Wineka Media, 2018.
- Aliftya Amarilisya. "Ini Alasan MS Glow Tunjuk Cha Eun Woo Jadi Brand Ambassador". 09 Februari 2022. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20220209/226/1498396/ini-alasan-ms-glow-tunjuk-cha-eun-woo-jadi-brand-ambassador>.
- Alqur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Kudus: Mubarakatan Toyyibah, 2008.
- Amirah Jilan Fakhira dan Marlya Fatira AK. 'Pemahaman Etika Komunikasi Islam Terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial'. *Jurnal Serambi Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*. 3.2, 2021.
- Andi M. Arief. "Asosiasi Sebut 85% Kosmetik Yang Beredar di RI Kategori Barang Ilegal". 24 Januari 2022. <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61ee824b03717/asosiasi-sebut-85-kosmetik-yang-beredar-di-ri-kategori-barang-ilegal>.
- Anie Luthfiyani dan I Made Bayu Dirgantara. 'Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina'. *Jurnal Diponegoro Journal Of Management*. 10.4, 2021.
- Anita Rahmawaty. *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam Konsep dan Implikasi untuk Pemasaran Produk Bank Syari'ah*. Kudus: Stain Kudus Press, 2011.
- Anwar Sanusi. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Arif Muhammad Iqbal, "MS Glow Aesthetic Clinic Raih Penghargaan Nasional Top Social Media Award 2021", 12 November 2021, <https://jakarta.suaramerdeka.com/gaya-hidup/pr-1341634205/ms-glow-aesthetic-clinic-raih-penghargaan-nasional-top-social-media-award-2021>.
- Aryanti Muhtar Kusuma, dkk. 'Pengaruh Islamic Branding, Kualitas

- Produk, dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada Generasi Millennial Di Kabupaten Kudus'. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 8.2, 2020.
- Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana. 'Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan)'. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*. 1.1, 2018.
- Asti Nurmala Putri dan Rani Apriani. 'Perlindungan Konsumen atas Predaran Skincare yang belum mendapatkan Izin Edar dari BPOM'. *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*. 9.3, 2022.
- Badan POM. "Cek Produk BPOM". 20 April 2022. <https://cekbpom.pom.go.id/>.
- Billmart Einstein Siahaan dan Kristinasisilia. 'Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Screamous di Kota Bandung'. *Jurnal E-Proceeding Of Management*. 7.2, 2020.
- Christina Whidya Utami. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Compas.co.id. "Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Indonesia dengan Penjualan di Atas Rp 10 Miliar". 17 Juni 2021. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>.
- Desak Made Febri Purnama Sari dan RR Devira Amelia Cahyaningtya. 'Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) dengan Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening Pepaya Fresh Gallery Denpasar'. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 5.2, 2020.
- Dewi Indah Prastuti dan Yuli Karyanti. 'Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Daring'. *Jurnal Faktor Exacta*. 13.3, 2020.
- Dimas Pratomo dan Liya Ermawati. 'Kecenderungan Pembelian Impulsif ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)'. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 2.2, 2019.
- Dina Manafe. "BPOM: Nilai Temuan Kosmetik Ilegal meningkat Drastis". 6 Maret 2020. <https://www.beritasatu.com/amp/archive/606211/bpom-nilai-temuan-kosmetik-ilegal-meningkat-drastis>.
- Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Duwi Priyatno. *Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.

- Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari. 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan'. *Jurnal Indonesia Journal Of Halal*. 1.1, 2018.
- Edho Maulana, dkk. 'Pengaruh Strategi Pemasaran, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen'. *Jurnal Upajiwana Dewantara*. 5.2, 2021.
- Edi Sucipto Tanady dan Muhammad Fuad. 'Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta'. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 9.2, 2020.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2013.
- Faradella Harum Prasetyo dan Moch. Khoirul Anwar. 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan (AMDK) pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung'. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. 4.1, 2021.
- Farizka Ananda Safitri, dkk. 'Industry Kosmetik Halal sebagai Trend Global Market'. *Jurnal El-Aswaq*. 1.1, 2020.
- Farokhah Muzayinatun Niswah. 'Hubungan Persepsi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal'. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*. 5.1, 2018.
- Fatchur Rohman. *Peran Factor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsive*. Malang: UB Press, 2012.
- Fauziah, dkk. 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik'. *Jurnal Lentera: Indonesian Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies*. 1.1, 2018.
- Fitri Wulandari. *Middle Range Theory dalam Ilmu Manajemen SDM*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2021.
- Fransilia Marsilina Mewoh, dkk. 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square'. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 9.1, 2019.
- Fuadi, dkk. 'Pengaruh Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe'. *Jurnal Investasi Islam*. 6.1, 2021.
- Hasil Observasi dengan generasi millennial dan *iGeneration* di Jepara, 6 Februari, 2022.
- Hifzhan Frima Thousani, dkk. 'Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Study Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)'. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*.

8.2, 2021.

- I Kadek Rupayana, dkk. 'Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar'. *Jurnal Widya Amrita, JurnalManajemen*. 1.1, 2021.
- I Made Joshi Wira Andryana dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 'The Role Of Trust Mediates Effect Of E-Wom On Consumer Purchase Decisions'. *American Journal Of Humanities and Social Science Research*. 5.1, 2021.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: UNDIP, 2018.
- Imelda Aprileny dan Rosita Andriani. 'Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi'. *Jurnal STEI Ekonomi*. 27.2, 2018.
- Irfan Widyanto dan Albetris. 'Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Technology and Innovation (Studi Kasus MahasiswaFakultasEkonomi STIE Graham Karya Muara Bulian)'. *Jurnal Manajemen dan Sains*. 6.1, 2021.
- Khayrina Nurul Fajritami dan Hastho Joko Nur Utomo. 'Keputusan Pembelian ditinjau Kualitas Produk, Label Halal dan Brand Image'. *Jurnal Paradigma: Jurnal Masalah Social, Politik, dan Kebijakan*. 5.2, 2021.
- Kiki Eka Setyawati. 'Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario'. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Manajemen*. 3.4, 2021.
- Langgeng Sri Handayani dan Rahmat Hidayat. 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty'. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*. 5.2, 2022.
- LPPOM MUI. "Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI". 07 Januari 2022. <https://halalmui.org/muil4/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui>.
- LPPOM MUI. "Sertifikat/Ketetapan Halal MUI". 17 Agustus 2021. <https://halalmui.org/muil4/main/page/sertifikatketetapan-halal>.
- M.B. Hendri Anto. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Malonda Deisy, dkk. 'Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler Di IT Center Manado'. *Jurnal EMBA*. 6.4, 2018.

- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Mia Adisty Amin dan Lucky Rachmawati. 'Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah'. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. 3.2, 2020.
- MS-glow.store. "Informasi Pabrik PT Kosmetika Global Indonesia Ms Glow". <https://ms-glow.store/blog/pt-kosmetika-global-indonesia>.
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Muhammad Sharif Chaudhry. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar (Fundamental Of Islamic Economic System)*. Jakarta: Kencana, 2012.
- N.A. Baiquni, dkk. *Indeks Al-Qur'an (Cara Mencari Ayat Al-Qur'an)*. Surabaya: Arloka, 1996.
- Nana Triapnita Nainggolan, dkk. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Neli Purnamasari dan Acep Faizal Ramdan. 'Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halal Thayyiban Sebagai Indikator Dalam Mengukur Hukum Keabsahan Terhadap Praktik Jual Beli'. *Jurnal Mutawasith Jurnal Hukum Islam*. 3.2, 2020.
- Ngoc-Long Nguyen, dkk. 'The Effect Of Lifestyle, Brand Image and Personalities On Smartphone Purchase Decision Of Consumers In Hochiminh City'. *International Journal Of Innovative Science and Research Technology*. 5.3, 2020.
- Nur Dwi Astutik, dkk. 'Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali'. *Jurnal Al-Qardh*. 6.1, 2021.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Rahma Syahira, dkk. 'Hubungan Religiusitas Dengan Pembelian Impulsif dalam Belanja Online pada Perempuan yang Bekerja di Banda Aceh'. *Jurnal Psikoislamedia Jurnal Psikologi*. 6.2, 2021.
- Rainna Dwiariani Manikam dan I Kadek Dwi Noorwatha. 'Tinjauan Psikologi Desain Interior Retail'. *Jurnal Vastukara*. 1.1, 2021.
- Rawin Vongurai, dkk. 'Social Media Usage, Electronic Word Of Mouth And Trust Influence Purchase-Decision Involvement In Using Traveling Services'. *Asia Pacific Journal Of Multidisciplinary*

- Research*. 6.4, 2018.
- Reni Suci Wahyuni dan Harini Abrilia Setyawati. ‘Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee’. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2.2, 2020.
- Rika Paujiah, dkk. ‘Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian’. *Jurnal Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*. 2.1, 2020.
- Rodita Yulinda, dkk. ‘Pengaruh Promosi, Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Cabang Rungkut Menanggal Kota Surabaya’. *Jurnal Manajemen Branchmarck*. 4.1, 2018.
- Rynaldi Pratama Nur Maulana dan Supriyono. ‘Pengaruh Promosi dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan Sampang’. *Jurnal STEI Ekonomi*. 30.1, 2021.
- Sakti Riana Fatmaningrum, dkk. ‘Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea’. *Jurnal Ilmiah MEA*. 4.1, 2020.
- Sarah Fahira, dkk. ‘Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta)’. *Jurnal Epigram*. 16.2, 2019.
- Siti Barokah. ‘emotional Shopping sebagai Variabe Mediasi Gaya Hidup dan Motivasi Belanja Hedonis pada Kpeutusan Pembelian Impulsif Produk 3Second’. *Maker: Jurnal Manajemen*. 7.2, 2021.
- Siti Hasanah, dkk. ‘Makanan Halal pada Destinasi Wisata di Nusa Tenggara Barat’. *Jurnal International Journal Of Education and Curriculum Application*. 2018.
- Situr Wijaya. “*Sejarah Berdiri Dan Dua Profil Pemilik Ms Glow*”. 24 Juli 2021. <https://insulteng.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-902273694/sejarah-berdiri-dan-dua-profil-pemilik-ms-glow>.
- Stanley Lemeshow, dkk. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- Suara Muhammadiyah. “Empat Pertanyaan Di Hari Kiamat”. 5 November 2020. <https://www.suaramuhammadiyah.id/2020/11/05/empat-pertanyaan-di-hari-kiamat/>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

- Support HPWD. “Macam-Macam Produk MS Glow dan Manfaatnya”. 26 Maret 2021. <https://msglowbeautyid.com/macam-macam-produk-ms-glow-dan-manfaatnya>.
- Support HPWD. “*Sejarah Berdiri dan Suasana Pabrik MS Glow*”. 25 Maret 2021. <https://msglowbeautyid.com/sejarah-berdiri-dan-suasana-pabrik-ms-glow>.
- Titi Sutinah Apridawaty. “Integrasikan Offline dan Online MS Glow Raih Penghargaan Kategori Marketing on Multiple Platform”. 10 September 2021. <https://lifestyle.sindonews.com/read/537490/186/integrasikan-offline-dan-online-ms-glow-raih-penghargaan-kategori-marketing-on-multiple-platform-1631286592>.
- Tessa Marina, dkk. “Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal: Aplikasi Theory of Planned Behavior”. *Industrial Research Workshop and National Seminar*. 2020.
- Veithzal Rivai Zainal, dkk. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.
- Wisnu Mahendri, dkk. ‘The Influence Of Religiosity and Halal Label Through Halal Awareness Purchase Decisions’. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*. 3.3, 2020.
- Yu Evgeniy, dkk. ‘The Effect Of Ewom On Purchase Intention For Korean-Brand Cars In Russia: The Mediating Role Of Brand Image And Perceived Quality’. *Journal Of Korea Trade*. 23.5, 2019.
- Yulfan Arif Nurrohman. ‘Theoretical Review: Teori Merek Halal’. *Journal Of Economics & Business Among Makarti*. 10.2, 2018.
- Zulham *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta Timur: Kencana, 2018.