

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers. 2018.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Al Umar, Ahmad Ulil Albab dkk. Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 3. No. 1 (2020). <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/348/181>
- Al Qur'an Terjemah Indonesia*
- Antonia, Wina dan Harrie Lutfie. Pengaruh Gaya Hidup dan *Electronic Word of Mouth* Melalui Media *Beauty Vlog Youtube* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik *La Tulipe Cosmetics* Pada Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science* 4. No. 2 (2018). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/6575/6633>
- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Farah Ramadhani, “Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar”, [Compas.co.id](https://compas.co.id), 1 September 2021, diakses pada 17 Februari 2022, <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia No 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya, <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Haasiani, Nova. “Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing”, [Compas.co.id](https://compas.co.id), 25 Maret 2021, diakses pada 7 Maret 2022, <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Hasan, M Iqbal. 2003. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistika Inferensensif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.

- Hervina. Trend Halal Food di Kalimantan Timur. *FENOMENA* 9. No 1 (2017).  
<https://journal.uinsi.ac.id/index.php/fenomena/article/view/1295>
- Hoiriyah, Yuliana Ulfidatul dan Yustina Chrismardani. Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1. No. 2 (2021). <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/11590>
- Izzuddin, Ahmad. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks* 3. No. 2 (2018).  
[http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN\\_IPTEKS/article/view/1886/1547](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1886/1547)
- J. Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Kalangi, Natalia Junni dkk. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8. No. 1 (2019).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23499/23156>
- Kristiawan, Theopilus Alpha dan Keni Keni. Pengaruh *Packaging, Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *Jurnal Manajemen* 15. No. 2 (2020).  
[https://www.researchgate.net/publication/345998224\\_Pengaruh\\_Packaging\\_Social\\_Media\\_Marketing\\_Dan\\_Electronic\\_Word\\_Of\\_Mouth\\_Terhadap\\_Keputusan\\_Pembelian\\_Busana\\_Brand\\_Lokal\\_The\\_Effect\\_Of\\_Packaging\\_Social\\_Media\\_Marketing\\_And\\_Electronic\\_Word\\_Of\\_Mouth\\_On\\_Pu](https://www.researchgate.net/publication/345998224_Pengaruh_Packaging_Social_Media_Marketing_Dan_Electronic_Word_Of_Mouth_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Busana_Brand_Lokal_The_Effect_Of_Packaging_Social_Media_Marketing_And_Electronic_Word_Of_Mouth_On_Pu)
- Majid, Nurkholish. Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* 2. No. 2 (2016).
- Margono. S. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2014.  
<https://books.google.co.id/books?id=tU11BgAAQBAJ&pg=PT13&dq=Nanang.+2014.+Metode+Penelitian+Kuantitatif+Analisis+Isi+dan+Analisis+Data+Sekunder+Edisi+Revisi+2&hl=en&n>

- ewbks=1&newbks\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiYq5m7s9\_4AhWVR2wGHVysAmMQ6AF6BAGDEAI
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus. 2009.
- Melati. *Manajemen Pemasaran*. Sleman: DEEPUBLISH. 2020. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran/mv4dEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Melati.+2020.+Manajemen+Pemasaran&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/mv4dEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Melati.+2020.+Manajemen+Pemasaran&pg=PR4&printsec=frontcover)
- MS Glow Official, diakses pada tanggal 27 Mei 2022. [https://www.msglowid.com/Website/Halaman/about\\_us](https://www.msglowid.com/Website/Halaman/about_us)
- Mulyono. *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: DEEPUBLISH. 2018. [https://books.google.co.id/books?id=73NRDwAAQBAJ&prints ec=copyright&hl=id&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=73NRDwAAQBAJ&prints ec=copyright&hl=id&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Muslimah. Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Sosial Budaya* 13. No. 2 (2016). <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SosialBudaya/article/view/3534/2076>
- Nggilu, Monica dkk. Pengaruh *Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA* 7. No. 3 (2019). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23720/23376>
- Nugraha, Ranu dkk. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 50. No. 5 (2017). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2063>
- Permatasari, Berlintina. Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal TECHNOBIZ* 3. No. 6 (2019). <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/446/319>
- Pradika, Nurul Dwi dan Mulyo Budi Setiawan. Pengaruh *Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Di Toko ASA Beauty Ms Glow Semarang). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7. No. 1. (2022). <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/5889>
- Prasetyo, Bambang D. dkk. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB

- Press. 2018.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Pemasaran\\_Terpadu/ZoyIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Bambang+D.+prasetyo+Komunikasi+Pemasaran+Terpadu+\(Pendekatan+Tradisional+Hingga+Era+Media+Baru\)+tentang+perbedaan+women+dan+ewom&pg=PA206&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran_Terpadu/ZoyIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Bambang+D.+prasetyo+Komunikasi+Pemasaran+Terpadu+(Pendekatan+Tradisional+Hingga+Era+Media+Baru)+tentang+perbedaan+women+dan+ewom&pg=PA206&printsec=frontcover)
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Persepektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media. 2012.
- Ramadhani, Rahmi dan Nuraini Sri Bina. *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Kencana. 2021.
- Risna, dkk. Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 4. No. 1 (2021).  
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesy/article/view/258>
- Riyanti, Helsa Dwi dkk. Persepsi Karyawan Tentang Iklim Kerja dan Kinerja di Perusahaan Jasa. *Management and Entrepreneurship Journal* 4. No. 2 (2021).  
<https://jurnal.unnur.ac.id/index.php/manners/article/view/414/396>
- Rizal, Vebly Zilfania. Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek, *Jurnal Komunikasi* 4. No. 1 (2019).  
<https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/291/pdf>
- Rizaty, Monavia Ayu. “Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen”, Databoks.co.id, 5 Oktober 2021, diakses pada 7 Maret 2022,  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Rohani, Siti dkk. Pengaruh Media Sosial Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen* 9. No. 10 (2020).  
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8162/6673>
- Rosadi, Aisyah Puteri dkk. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Etika Endorser Dalam Praktik *Endorsement* di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Endorser Muslim di Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 5. No. 2 (2019).

- [https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum\\_ekonomi\\_syariah/article/view/16252/pdf](https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/16252/pdf)
- Rosalia, Yeni dan Sari Wulandari. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen* 1. No. 1 (2021). <https://jurnalpatronisntitute.org/index.php/jurpem/article/view/31/24>
- Salahuddin, Dicky dan Afrah Jamilah. Pengaruh Komunikasi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Terhadap Kepatuhan Umat Islam di Cinere, Depok, Jawa Barat Dalam Melaksanakan Fatwa-Fatwa MUI yang Berkaitan Dengan Wabah Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3. No. 2 (2020). <https://docplayer.info/201705305-Dicky-salahuddin-dan-afrah-jamilah-e-issn-x-mutakallimin-jurnal-ilmu-komunikasi-vol-3-no-2-november-2020.html>
- Sari, Novita dkk. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister* 03. No. 01 (2017). <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/968>
- Sarwono, Jonathan. *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: ANDI. 2013.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka. 2021. [https://www.google.co.id/books/edition/KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_ONLINE/LodAEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Dhiraj+Kelly.+Keputusan+Pembelian+Online:+Kualitas+Website,+Keamanan+dan+Kepercayaan.&pg=PP1&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/KEPUTUSAN_PEMBELIAN_ONLINE/LodAEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Dhiraj+Kelly.+Keputusan+Pembelian+Online:+Kualitas+Website,+Keamanan+dan+Kepercayaan.&pg=PP1&printsec=frontcover)
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2013.
- Sitanggang, Fajar Cristantra dan Rahmat Hidayat. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warunk Upnormal di Kota Bandung Tahun 2018). *e-Proceeding of Applied Science* 4. No. 2 (2018). <https://core.ac.uk/download/pdf/299923698.pdf>
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Dadang dan Rika Irmayanti. Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 3. No. 1. (2019). <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm/article/view/2086>



- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Statistika Untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Tengku Putri Lindung Bulan dan Khairul Fazrin. Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6. No. 2 (2017). <https://zenodo.org/record/1320512#.YsMAtXZBzrc>
- Tranggono, Didiek dkk. Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada *Followers* Akun @NACIFICOFFICIAL.ID. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10. No. 2 (2020). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/357>
- Turmudi dan Sri Harini. *Metode Statistika Pendekatan Teoritis dan Aplikatif*. Malang: UIN Malang Press. 2008.
- Yunitasari, Vivi dan Moch. Khoirul Anwar. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam* 2. No. 1 (2019). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>
- Zahra, Keviana Fatmanissa dkk. Pengaruh *Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis* X. No. X (2020). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/30604>
- Zakiah. Fenomena Endorsement Terhadap Penjualan Suatu Produk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum* 7. No. 2 (2021). <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/6133>
- Zamroni, Mohammad. 2022. *Filsafat Komunikasi*. Yogyakarta: ICRISOD.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.