

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abidin, Yunus, Tita Mulyati, dan Hana Yunansah. 2016. *Pembelajaran Literasi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Literasi Matematika, Sains, Membaca, dan Menulis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Adi, Bangun Wibowo. 2015. Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Aditi, B. (2017). Analisis efek atribut produk, sertifikat halal, dan inovasi produk terhadap minat beli ulang melalui keunggulan daya saing usaha mikro kecil menengah di Medan. *Journal of physics*. 6596/930/1/012020.
- Ahmad Izzudin. 2018. Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal penelitian ipteks* 3(2), 100-114.
- Alim, S. A, Mawardi, M. K & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 62. No. 1
- Aqmarina, S. Kumadji, S. dan Kusumawati, A. (2016). Pengaruh *celebrity endorser* terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 39 No. 2*.
- Assael Henry 2014. *Consumer Behavior* edisi 6. New York: Thomson Learning.
- Bramantya, Yan Bayu dan Jatra Made. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar". *E-jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3, Hal. 1-27.
- Boone, L. E., dan Kurtz, D. L. 2013. *Pengantar Bisnis Kontemporer. Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Jakarta: Erlangga.
- Cysara, F. A. 2019. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Muamalat Indonesia, TBK Cabang Bandar Lampung. Skripsi IBI Darmajaya Bandar Lampung.
- Dewi, Retry Nanda Tiara. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone

- melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *E-journal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 4: 409-423.
- D., Seo Yeon Yoon, M. D., 2015. Departemen rehabilitasi kedokteran dan lembaga penelitian kedokteran, fakultas kedokteran universitas Yonsei, Seoul Korea: 120-752, Korea.
- Dadan Abdul Aziz M. 2016. Pengaruh celebrity endorsement terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun* 15 (3), 1-16.
- Dadang Suhardi & Rika Irmayanti. 2019. Pengaruh celebrity endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal inspirasi bisnis dan manajemen* 3(1), 53-62.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fatma, Ambar Isti dan Saino. 2014. Jurnal: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Kereta Api Komuter Tujuan Lamongan-Surabaya. Vol. Model 4. No. 2. Surabaya: UNS.
- Febriyanti, R. Wahyuati, A. (2019). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. Vol. 5 no. 5
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hair, Joseph F, et.al (2014). *Persamaan model struktural*. California.
- Halonen-Knight, E., & Hurmerinta, L. (2014). Who endorses whom? Meanings transfer in celebrity endorsement. *Journal of Product and Brand Management*, 19(6), 452–460.
- Handi Candra (2014). *Marketing untuk Orang Awam*. Jakarta: Maxikom.
- Harly, G. S., & Octavia, D. 2017. Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Ulang Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2).
- Islahuddin Daud & M. Eko Fitrianto. 2015. Peran celebrity endorser dalam membentuk persepsi value dan purchasing intention. *Jurnal manajemen dan sriwijaya* vol.13, no.3.

- Islam, MD. and Chowdhury, M. (2018). Consumers' buying decision process toward halal product: a study in Bangladesh. *Int. J. Business Innovation and Research*, Vol. 16, No. 3
- Kamilah, G. Wahyuati, A. (2019). Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. Vol.6 no.2.
- Khan, A. and Lodhi, S. (2016). *Influence of celebrity endorsement on consumer purchase decision: a case of Karachi*. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* Vol.2, Issue-1, 2016. ISSN: 2454-1362 www.onlinejournal.in.
- Khodijah, Siti dan Saino. 2014. *Jurnal : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Kapal Roro Gili Iyang Rute Bawean-Paciran*. Vol. 4. Surabaya : UNS.
- Khoiruman, M (2019). Pengaruh Tukul Arwana Sebagai *Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Masyarakat*. *Jurnal Kelola*. Vol. 2. No. 3.
- Koentjaraningrat. 2019. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta Iskandar.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kusuma, Erik Indra, et. al. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel Intervening". *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 1, Hal. 33-49.
- Lamb Bob Sabran, 2012, *Manajemen Pemasaran*, penerbit erlangga
- Leavy, P. (2017). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, artsbased, and community-based participatory research approaches*. Guilford Publications.
- Madevi, F. Yulianto, E. Samira, A. dan Bafadhal (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Citra Merek dan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/ Vol. 77 No. 1. 20-31
- Madiawati, P. Pradana, M. and Alrasyid, L. (2018). Analysis of celebrity endorsement influence on purchase interest: the case study of a skincare product. *The EURASEANs: journal on global socio-economic dynamics Volume 3 (10)* ISSN 2539 – 5645
- Maria, P. dan Pandoyo (2020). Pengaruh Atribut Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey Pada Karyawan

- PT. Barclay Products Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial Vol 1 No 1. 40-48*
- Moriarty, Sandra; Nancy Mitchell; William Wells. 2011. *Advertising. Edisi ke 8. Alih Bahasa: Triwibowo B.S. Kencana: Jakarta.*
- Morissan, 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Mudzaki Amam. 2020. Pengaruh Label Halal dan Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bale Bebakaran Kaliurang Yogyakarta.
- Natalia Soesatyo & Leonid Julivan Rumambi, S.E., M.M. (2016). Analisa *credibility celebrity endorser* model: sikap audience terhadap iklan dan merek sertapengaruhnya pada minat beli “top coffee”. *Jurnal manajemen pemasaran*, Vol.1 No.2, Hal -12.
- Ningsih, Tessa Surya dan Putri, Siska Lusya. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Erigo melalui Instagram)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 22, No. 22, Hal. 348-357.
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Nyoman Wisniari Savitri. 2017. Pengaruh celebrity endorser dan iklan melalui media televise terhadap minat beli pada tookpedia di Denpasar. *E-jurnal manajemen*, Universitas Udayana 6(8), 253221.
- Paragon Innovation. (2020). *Brands, Wardah*. Dipetik Maret 25, 2021, dari PT. Paragon Technology and Innovation: <http://www.paragon-innovation.com>.
- Pasaribu, L. and Purba, K. (2020). The influence of trust on the online purchase decisions with buying interest on the social networking site Instagram case study of online shop user on Instagram. *Research, society and development*. Vol.9 no.10. ISSN:2525-3409.
- Qonita, A. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, *Celebrity Endorser*, dan Citra merek terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen wardah kosmetik komplek pondok pesantren Mulungan wetan, Mlati, Sleman, DIY) *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.1 No.8. 121-133*.
- Rahmat, Hidayat dan Devrina Restichia. “analisis pengaruh variasi produk dan labelisasi halal terhadap keputusan konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang pada kosmetik Wardah (studi pada konsumen kosmetik wardah di Kota Batam)” 3, no.1. 40-52.

- Ranu Nugraha, M Kholid M, Aniesa Samira B. (2017). 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 S1 Universitas Brawijaya* 50(5),113-120.
- Ramadhani, Ira dan Samofa Nadya, Prameswara. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Journal Homepage*, ISSN: 2776-1177:1-14.
- Rodiana, Eva, dkk. (2018). Pengaruh Harga, Keanekaragaman Produk, dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*: 13-23.
- Saleh Sitompul. 2021. Pengaruh pengetahuan label halal dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui rekomendasi kelompok sebagai variabel moderating. Shar-E: *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7 (1).
- Saniatun Nurhasanah, Jono M Munandar, dan M syamsun. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan olahan halal pada konsumen. *Jurnal Manajemn dan organisasi* 8 (3), 250-260.
- Santoso, S. .2012. *Analisis SEM menggunakan AMOS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, Putri Saidah. 2020. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 8, No. 1, Hal. 147-155.
- Sayekti, N. W. (2014). Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 193–209.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumen Behavior*. 10E Boston: Pearson.
- Setiawan, Rahmad. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 3, No. 3:59-65.
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors In the E-Marketplace. *E-Jurnal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol 13, No.2: 43-57.
- Shimp Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sinaga, R. dan Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal administrasi bisnis (JAB) vol.63 no.1*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*)
- Suwatno, dan Donni Juni Priansa. 2016. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tengku Putri Lindung Bulan. 2016. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5 (1). 431-439.
- Wijarnako, Puthud (2016), "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 34. No. 1
- Yulia, E. (2019). Analisis *Celebrity Endorser* dan *Core Product* terhadap Keputusan Pembelian Produk KF Skin Care (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Humaniora*, Vol. 4, No. 2 Oktober 2019 :209-216.
- <http://www.kemenperin.go.id> Diakses pada (25 Maret 2021)
- <https://compas.co.id/article/data-penjualan-wardah/> (27 Maret 2021)
- <https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di-indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658/full> (27 Maret 2021)
- <https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4r> Diakses pada (27 Maret 2021)
- MUI, L. (2017). *Sertifikat Halal MUI*. LPPOM MUI. <http://halalmui.org>
- MUI, L. (2019). *FAQ Sertifikasi halal*. LPPOM MUI. <http://halalmui.org>

MUI, L. (2020). *Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI Indonesia 20122019*. LPPOM MUI. <http://www.halalmui.org>.

Pedoman Penyusunan Skripsi. Prodi Manajemen FEB UMK. 2021.

www.paragon-innovation.com/ diakses pada (29 Maret 2021 pukul 14.09 WIB).

www.topbrand-award.com diakses pada (21 Juni 2021 pukul 15.18 WIB).

www.wardahbeauty.com diakses pada (2 April 2021 pukul 14.20 WIB)

