

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., Nurdin, N., & Pabontong, N. I. S. (2022). The Effect Of Halal Labels and Online review on Halal Cosmetic Purchasing Decision. *Proceeding of International Conference on Islamic and Interdisciplinary Studies (ICIIS)*, 1, 40–45.
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2019). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 227–242. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>
- Devita, E. M., & Agustini, M. Y. D. H. (2019). Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(1), 55–70. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i1.2115>
- Dr. H. Mashur Razak, SE, M. . (2016). *PERILAKU KONSUMEN*. Penerbit: ALAUDDIN UNIVERSITY PRESS. ISBN 978-602-328-203-6.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHA Dequity*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Ervi Wihda Irtanti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. hlm, 68-73.
- Fauziah, M. N., Madjakusumah, D. G., & Srisusilawati, P. (2022). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2), 88–94. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2701>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.629>
- Fitriah, Yuliani, I., & Parlina, T. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger , Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 3(1), 68–76.

- Helma Malini. (2021). The Influence of Beauty Vloggers and Product Quality on Lipstick Purchase Decision. *Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 58–68. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1839>
- Jaya I Made Laut Mertha. (2020). METODE PENELITIAN DAN KUALITATIF Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Penerbit: ANAK HEBAT INDONESIA. ISBN 978-623-244-584-0. [://www.google.co.id/books/edition/Metode\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_dan\\_Kualit/yz8KEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode%20penelitian%20dan%20kualitatif&pg=PP1&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualit/yz8KEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode%20penelitian%20dan%20kualitatif&pg=PP1&printsec=frontcover).
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.
- Kusumawati, N., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 804–814.
- Kholidah Nur, SE. Sy, ME dan Arifiyanto Muhammad SE, MM. (2020). FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL. NEM.
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 716–722.
- Osiska, D., Leonitha, R., Rosgita, & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah ( Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat ). *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 107–115.
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1253–1263. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.3033>
- Prof. Drs. Ghozali Imam, M.Com, Ph.D, CA, Akt. (2021). DESAIN PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya. Penerbit: Yoga Pratama. ISBN 978-602-0896-12-0.

- Ribhah, N., Maslichah, & Alrasyid, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Label Halal dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 155–167. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/18980>
- Rifkhan. (2022). *MEMBACA HASIL REGRESI DATA PANEL*. Penerbit: Cipta Media Nusantara. ISBN 978-623-564791-3. [https://www.google.co.id/books/edition/MEMBACA\\_HASIL\\_REGRESI\\_DATA\\_PANEL/n9iAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=membaca%20hasil%20regresi%20data%20panel&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/MEMBACA_HASIL_REGRESI_DATA_PANEL/n9iAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=membaca%20hasil%20regresi%20data%20panel&pg=PR2&printsec=frontcover)
- \_\_\_\_\_. (2023). *PEDOMAN METODELOGI PENELITIAN DATA PANEL DAN KEUSIONER*. Penerbit: Adab. ISBN 978-623-497-433-1. [https://www.google.co.id/books/edition/PEDOMAN\\_METODOLOGI\\_PENELITIAN\\_DATA\\_PANEL/UN2vEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pedoman%20metodeologi%20penelitian%20data%20panel%20dan%20kuesioner&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PEDOMAN_METODOLOGI_PENELITIAN_DATA_PANEL/UN2vEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pedoman%20metodeologi%20penelitian%20data%20panel%20dan%20kuesioner&pg=PR2&printsec=frontcover)
- Rizky, M., & Slamet, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Wardah Di Kartasura. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(2), 137–144. <https://compas.co.id>
- Sanjiwani, S. M., & Westra, I. K. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream Di PT Mandom Indonesia Tbk Bali Tahun 2022. *Arthaniti Studies*, 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7122519>
- Septi Dwi Astuti. (2021). *Pengaruh Hedonic Consumption Tendency, Fashion Involvement Dan Visual Merchandising Terhadap Consumer Buying Decision Fashion Muslim Di Swalayan Luwes Pati*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. hlm, 36.
- Sholiha, W., Basalamah, M. R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Jasa Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu (Studi Pada Ibu-ibu di Desa Lesanpuro). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 32–48.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Alfabeta, CV. ISBN 979-8433-64-0.
- Valentin, I. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.

- Venty Saroh, & Arini, E. (2023). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, DAYA TARIK IKLAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK Y.O.U. Prosiding Seminar Nasional Business Corporate, 2(1), 61–68. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v1i1.459>
- Wahjusaputri Shinta, M.M., dan Anim Purwanto, M.Pd. (2021). STATISTIKA PENDIDIKAN TEORI DAN APLIKASI. Penerbit: CV. Bintang Semesta Media. ISBN 978-623-5472-81-2.
- Wardhani, W. R. K., Arifin, R., & Normaladewi, A. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger, Brand Image, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Toko Kosmetik Arum Beauty Shop Lawang. E-Jurnal Riset Manajemen, 12(01), 325–340.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102.
- Yuliani, F., Vitria, H. A., & Hasanah, N. (2021). PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA RAHMAH COSMETIC BANJARMASIN (Studi Kasus Pada Konsumen Loyal Produk Wardah Di Banjarmasin Selatan). Manajemen and Bisnis, 1–6.
- Pedoman Skripsi, 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus: 1-58.
- <https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q> di akses pada 15 Mei 2023.
- [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=1&id\\_subkategori=297](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=297) diakses pada 15 Mei 2023.