

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2, 1.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3, 6.
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect Of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, And Brand Image to The Purchasing Decision on Cosmetic Products. *International Journal of Global Sustainability*, 1, 1.
- Ahmad Mustafa Al-Maraghi, Terjemah Tafsir Al-Maraghi, Penerbit (Semarang : CV. Toha Putra), 1986. Aini, Zahratul (2013) Hubungan citra merek kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli konsumen pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ath-Thawil, A. 2016. *Syubhat Membuat Galau*. Solo: Tinta Medina.
- Chukwu, G. C., & Pius, E. E. (2021). Brand Ambassador And Consumer Purchase Decision In Rivers State. *Middle European Scientific Bulletin*, 12.
- Danang sunyoto “Dasar-dasar manajemen pemasaran” (Yogyakarta , CAPS 2013)
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12, 1.
- Dewi, L. G., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia . *SHS Web of Conferences*.
- Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2008)
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *Jurnal Manajemen*, 620-626.

- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *Jurnal Manajemen*, 620-626.
- Hasrul Azwar Hasibuan, M. D. P. N., Fauziah Anggraini. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 140-147.
- Hayet. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). *Jurnal Ekonomi Islam*, 10, 1.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Henry, A., Iskandar, Muda S., Ade, Putra M., & Husni, Muharram. R. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55-66. h.57-58, h. 60
- Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisa, 2003).
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A. 2016/2017. *Journal of Economic Studies*, 1, 1.
- Ibn Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, Kairo: Dar al-Sya'b, 1976.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5, 1.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th
- Kotler, P.& Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Edisi 16 Global Edition*. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

- Karim, Adiwarmarman, .Ekonomi Mikro Islam (Jakarta : Penerbit III T Indonesia), 2003.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5, 1.
- Lupioyadi. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Latan, Hengky, dan Ghazali. 2017. Partial Least Square : Konsep, Metode, dan Aplikasi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nurjannah Daulay, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” Skripsi (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), 27.
- Rinda Romdonah, Azis Fathoni, Andi Tri Haryono, Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih), *Journal of Management* Vol. 1 No. 1 2015.
- Rufaidah, Afifah, dkk. 2015. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Bumi Asri (Studi Kasus Pada Sb Mart Bumi Asri). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 1, No. 2
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5, 2.
- Saputro, A., & Sugiharto, D. S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Journal Manajemen Ekonomi*, 5(2), 1–8.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8, 1.
- Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7, 4.

- Sun, L., Zhao, Y., & Ling, B. (2020). The Joint Influence of Online Rating and Product Price on Purchase Decision: An EEG Study. *Psychology Research and Behavior Management*, 13.
- Sunaryo, A. S. (2017). The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal logo and Religious beliefs on Halal Food in Malang Indonesia. *Sydney International Business Research Conference*, 2, 3.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Saputro, A., & Sugiharto, D. S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Journal Manajemen Ekonomi*, 5(2), 1–8.
- Scherly H. 2018. Sekilas tentang Tolak Angin. *bbs.binus.ac.id* [on-line]. Diakses pada Kamis 8 Juli 2021 pada <https://bbs.binus.ac.id/ibm/2018/05/sekilas-tentang-tolak-angin/>
- Sejarah Kami. *sidomuncul.co.id* [on-line]. Diakses pada Kamis, 8 Juli 2021 pada <https://www.sidomuncul.co.id/id/history.html>
- Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, 1998), 90.
- Syafei, Rachmat, MA. *Fiqih Muamalah (Bandung : Pustaka Setia) 2000*.
- Syech Ahmad Mustafa Al-Farann, *Tafsir Imam Asy-Syafii. Terjemahan Fedrian Hasmand Dkk.* (Jakarta: 2008) Jilid 2 Cet I h. 483
- Tolak Angin. 2019. *id.wikipedia.org* [on-line]. Diakses pada Kamis, 8 Juli 2021 pada https://id.wikipedia.org/wiki/Tolak_Angin
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia, 2007
- Zulrama Dermawan, *Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram*, (UIN ALAUDIN : Makassar). 2018