

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan Terjemahnya*. 2012. Jakarta : Departemen Agama RI.
- Afriliantini, Indri & Salam, Abdul. 2019. Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa). *Jurnal Manajemen Bisnis*
- Alfian, Ian. 2017. Analisa pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di kota Medan .2 (1). 112-145
- Andriani, Lilik. 2017. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Bandar Lampung. *Skripsi*.Lampung.
- Anggraeni, Maya. 2016. Pengaruh Presepsi Label Halal, Citra Merek (*Brand Image*) dan *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Ulang produk (studi kasus pada Restoran Solaria Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta
- Asrarhaghighi, Ebrahim dkk.2015. *Cusumer and Halal Cosmetic products: Knowladge, religiosity, attitude and intention. Journal of Islamic Marketing*.6(1) 148-163
- Cahya Fadlilah Mutia dkk. 2019. Analisis Celebrity Endorsmen, Variasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbami. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 9 (1) 88-101
- Damayanti, Elok dkk.2019.*The Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in Surabaya. Journal of Word Conference*
- Fatkurohmah. 2015. Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli produk makanan keamanan berlabel Halal (studi pada santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah). Skripsi. Yogyakarta
- Febrian, Reni & Khairusy, Mirza. 2020. Analisis pengaruh *Celebrity Endorser/ Brand Ambassador*, Harga dan Desain produk yang di Mediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*. 3 (1). 91-110
- H. Fakhry Zamzam & Havis Aravik.2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*.
- Handriana, Tantri dkk.2020.*Purchase Behavior of Millennial Female Generation on Halal cosmetic products. Journal of Islamic Marketing. Emerald Publishing Limited*
- Harahap, Darwis & Farizal, Nando.2018. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian produk Mie Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah Institut Agama Islam negeri Padangsidempuan.*Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis* 4 (2).185-204.
- Imam Al- Ghazali. 2007. *Rahasia Halal Haram: Hakikat Batin Perintah dan Larangan Allah*.

- Immamudin, M. 2017. Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017. *Ekonomi Syariah: Journal Of Economic Studies*.
- Kalangi, Natalia, Junni & Tamengkel, F Lucky. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8 (1)
- Kartika Ratna Dewi. 2019. Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di Sego Sambel Waroeng Jangkrik Cabang Jamursari Surabaya. *Skripsi*. Surabaya
- Khamilah, Ghina & Wahyuatiek Aniek .2017. Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6 (2) 2461- 0593
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 4th Edition. New Jersey. Prentice Hall.
- Kusumaningrum, Gustina. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Credibility dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention pada produk Wardah yang dilakukan melalui Instagram. *Skripsi*. Surakarta
- Lindung, Tengku P. 2016. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5(1)
- Mahendri, Wisnu dkk. 2020. *The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. Budapest International Research and Critics Institute Journal*.
- Nawawi, Hadari. 1993. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Rahmawan, Ginanjar & Banuati Vita Putri. 2020. *Testing Halal Labels, Product Quality, Celebrity Endorser and Reference Group of Wardah Purchase Decisions. Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18(2). 2614-6789
- Ramadhani, Fitri,. 2019. Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Allaudin Makassar). *Skripsi*, Makassar
- Restanti, Fenny Arti & Kusumawati, Andriani. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Suvei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis* 68 (1)
- Rizki Amalia Ghani dkk. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee Indonesia (survey pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang membeli barang secara *online* di *E-Commerce*). *Jurnal Administrasi Bisnis*
- Rosida, Rida. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi Intensi pembelian kosmetik Halal (Survey Pada Muslimah di Jawa Barat). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4 (2)

- Stefani, Selfi. 2013. Analisa Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada produk kosmetik berlabel Halal “WARDAH” (Studi kasus pada mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Skripsi, Jakarta
- Sudjatmika, F. V. 2017. Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Agora*, 5(1).
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. In Media. Yogyakarta
- Syeikh imam Al-Qurthubi.2007. Tafsiran *Al-Quran/* Syeikh Imam Al-Quthubi. Jakarta: PustakanAzzam.
- Widyanigrum, Premi Wahyu. 2018. Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merek, Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Malang) , Malang
- Yusran, I. P., & Usman, O. 2019. Effect of Ease of Use, Service Quality, Price And Brand Image On Purchase Decision In Tokopedia. *Tesis*.University of Jakarta, Faculty of Economics.