

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Nadhifah, H. H. (2020). Analysis of Factors Influencing the Purchasing Decision of Facial Foam labeled Halal. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 65.
- Ahidin, U., & Nurfianti, N. (2019). Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 647–655.
- Andriani, L. (2017). *Pengaruh label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Wardah Di Bandar Lampung (Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis)*.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi 6). Rineka Cipta.
- Arumsari, N. R. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Brand Ambassador, Label Halal, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Di Kudus). *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(2), 1–8.
- Ashari, & Santoso, P. B. (2005). *Analisis Statistic dengan Microsoft Excel dan Spss*.
- Balawera, A. (2013). Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat

- Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 2117–2129.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (5 ed.). John Wiley@Sons.
- Damanik, B. T., Etnawati, K., & Padmawati, R. S. (2011). Persepsi Remaja Putri Di Kota Ambon Tentang Resiko Terpapar Kosmetik Berbahaya dan Perilakunya Dalam Memilih dan Menggunakan Kosmetik. *Jurnal Kedokteran*, 27(1), 1–9.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. American Library Association.
- G Amstrong, P. K. (2003). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kese). PT.Indeks Gramedia.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program Ibm Spss* (7 ed.). Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS)*. Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.Co.Id The Effect Of Brand Ambassador To The Brand Image Of Online Company From Zalora.Co.Id. *Jurnal*

Manajemen, 469(3), 319–323.

Hasan, A. (2015). Pengawasan dan Penindakan Keimigrasian Bagi Orang Asing yang Melebihi Batas Waktu Izin Tinggal di Indonesia. *Lex Et Societatis*, 3(1), 5–13.

Indra, M., Balaji, D. K., & Velaudham, D. C. (2020). Impact Of Social Influence And Safety On Purchase Decision Of Green Cosmetic Impact Of Social Influence And Safety On Purchase Decision Of Green Cosmetic Department of Business Administration. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 3(3), 3036–3042.

Josang, A. (2007). *Trust and Reputation System. Foundations of Security Analysis and Design IV*.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinseples Of Marketing* (13 ed.). Pearson.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall.

Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.

Lestari, J., M.Hufron, & ABS, M. K. (2016). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.

Lim Lay-Yee, K., Kok-Siew, H., & Chan Yin-Fah, B. (2013). Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y. *International Journal of Asian Social Science International Journal of Asian Social Science ISSN International Journal of Asian Social Science*, 3(312),

2426–2440. <http://www.aessweb.com/journal-detail.php?id=5007>

- Mahwiyah. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta)*.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20.
- Nursari, N. T. (2018). *Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah (Studi pada Pengunjung Store Wardah di Bandar Lampung)*.
- Ramadhani, F. (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*.
- Rangkuti, F. (2010). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Selebrities*. PT. Elex Media Komputindo.
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer* (3 ed.). Modem English Press.
- Schiffman dan Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Indeks.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5 Jilid 1). Erlangga.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Susanto, B. S. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. UIN-Maliki Pers. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1006-8082.2011.06.013>
- Tamara, A. (2018). *Influence of Korean Wave and Laneige New Brands Ambassador (Lee Sung-Kyung) Towards Consumer Buying Decision in Indonesia*. President University.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2012). *Brand Management & Strategy*. Andi.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Dioutlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference od Enterpreneurship, March*, 292–306.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Koncumen Wardah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, VI(2), 83–98.

Wiki, J. F. (2019). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Religious Commitment dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wwardah (Studi pada Mahasiswi Muslimah di Fisip Universitas Lampung)*.

Yulindo, K. P. (2019). Pengaruh Atribut-Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

<https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Mengenal-Wardah-dan-Produk-Kosmetik-Terbaiknya-6044/>. (diakses pada tanggal 29 Oktober 2020).

<https://id.wikipedia.org/wiki/Hijab> (diakses pada tanggal 29 Oktober 2020).