

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Adiwarman Karim. 2007. *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Algifari. 2003. *Statistika Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Alya Aljufri. 2019. "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Wardah Ditinjau Dari Ekonomi Islam." Universitas Islam Negri.
- Ananda dan Wandebori. 2016. *No Title*.
- Andriani, Wiwin, Abdurrahman Abdurrahman, Dan Putri S.K.R. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus Pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim Di Kab. Sumbawa Besar)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2 (1).
- Anjar Wanto, et.al. 2020. *Data Mining Algoritma & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ari Kristin. 2012. "TERHADAP PERSEPSI SUPERVISOR DAN MANAJER MENGENAI INDEPENDENSI DEWAN PENGAWAS SYARI ' AH." *Economica*.
- Azizah, Siti Nur. 2021. *Politik Hukum Produk Halal Di Indonesia*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin, and Muhammad Rizal. 2018. "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Burhanuddin Yusuf. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Lembaga Keuangan Syariah*. Surabaya: Penerbit Rajawali Pers.
- Danang Sunyoto. 2013. *Prilaku Konsumen Dan Pemasaran*.
- . 2017. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Data Penjualan Toko Fendy Kosmetik. 2023. "Penggunaan Produk Ms. Glow."
- Duwi priyatno. 2010. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*. Yogyakarta: gaya media.
- Duyen, Tran Nhu My. 2016. "Beauty Bloggers Influence on Vietnamese Young

Consumers.” *Degree Programme in International Business. Faculty of Business Administration, Lappeenranta, Saimaa University of Applied Sciences.*

Elisa Desy Rinda. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Kosmetik Di Indonesia).” Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Eliza, R., Sinaga, M., & 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)* 63 (1).

Emzir. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif Dan Kualitatif.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Filza Intan Mariezka, Hanny Hafiar, and Yustikasari Yustikasari. 2018. “Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger Melalui Pengalaman Komunikasi.” *Journal of Communication* 2 (2).

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23.*

Hasil wawancara dengan pemilik toko. 2023. “Penggunaan Produk Ms Glow Ditoko Fandy Kosmetik Pulo Brayan.”

<https://kbbi.web.id/>. “No Title.” <https://kbbi.web.id/> (March 28, 2023).

<https://www.kemenag.go.id/>. “No Title.”

ibid. *No Title.*

Juliandi et al. 2014. *No Title.*

Kelvin Prilano. 2020. “No Title.” 1 (1).

Kementrian Agama RI. 2023. *Al-Qur’a Al-Karim Dan Terjemahannya.* Surabaya: Halim.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. 2019. *Principles of Marketing (13th Ed. USA:* Pearson education.

Kotler & Amstrong. 2018. *No Title.*

Kotler & Keller. 2009. *No Title.*

Kotler, Philip dan Keller. 2017. *Marketing Management. Edisi 14.* England: Pearson.

Laksana, F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1.* Depok: Khalifah Mediatama.

- Lili Sukmawati. 2006. "Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Brand Switching, (Skripsi Program Manajemen Institut Pertanian Bogor (IPB)."
Institut Pertanian Bogor (IPB).
- Listyoningrum, Anggit. 2012. "Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2 (1).
- Lutfiati, D., Dwiyantri, S., & Maspiyah. 2021. "Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pembelian Produk Kosmetik Di Klinik Ms Glow Samarinda Dalam Masa Pandemi Covid-19 Syaviera." *E-Jurnal* 10 (3).
- M Kholid Mawardi. 2017. "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics."
- Made laut Mertha Jaya. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Morissan. 2015. *Metode Penelitian Survei*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Muchtar Ali. 2016. "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 16 (2).
- Nur Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza. 2014. *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*. Lampung: LP2M Raden Intan Lampung.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prabarini Anggun. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Toserba Borodudur Kediri." *Jurusan Ekonomi Universitas Kediri* 1 (2).
- Pramitha Ninda Harnika Emsa. 2020. "Peengaruh Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybeline (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo)." Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Prasetyaningsih, Erlita, dan Sukardiman, Diah. 2015. "Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 1 (3).
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi Dan Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratih Hesty Utami Puspitasari. 2019. "Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian

Pada Kosmetik Berlabel Halal.” *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 1 (2).

Ridwan dan Kuncoro. 2012. *No Title*.

Rifai Kurnia Muhammad. 2016. “Pengaruh Merk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari.” *2016* 24 (1).

Rustandi, Nanang, dan Benniye Lestariye. 2021. “Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Media Promosi Terhadap Pengetahuan Tentang Bank Syariah Pada Tenaga Pengajar Dan Staf Di SD Negeri Kecamatan Sukaresmi.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 1 (2).

Shilachul Alfinul Alim, M Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal. 2018. “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62 (1).

Stanton, William J dan Matt Hew A Gana. 2008. *Principless Of Marketing*.

Sugiyono. 2013. *No Title*.

———. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 2010. *No Title*.

Suharyadi dan Purwanto S.H. 2011. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Sunarti, Edi Wibowo, Setyaningsih Sri Utami. 2020. “PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Mahasiswi Universitas Slamet Riyadi Surakarta).” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 19 (4).

Sutrisno Hadi. 2004. *Metodologi Research Jilid 3*. Yogyakarta: Andi.

Swasth dan Handoko. 2011. *No Title*.

Syafrida. 2020. “Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak- Hak Konsumen Muslim.” *Jurnal Hukum* 7 (2).

Tambunan, J. 2016. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Panorama Motor*. Surabaya.

Tesalonica. 2020. “Jumlah Pengguna Unik Youtube Di Indonesia Capai 93 Juta.”

Tjiptono, F. & Anastasia Diana. 2017. *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi offset.

Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Umi Kulsum. 2015. *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*. Malang.

Utami, Christina Widhya. 2013. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Hutagalung, M. A. K. (2021). Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Akuntansi Aktiva Tetap Berwujud Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Marelan. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2(1), 92-104.

Hartono, Indra Kusumadi, Kasmin, Muhammad Abrar (2021). *Electronic Marketing Model for Higher Education*. IEOM Society International