

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agustinus Johanes Djohan, M. F. 2016. *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative Publishing.
- Ahmad Fauzi, D. 2022. *Metodologi Penelitian*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Ahmad, I. D. 2022. *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Arman Hadi Abdul Manaf, d. 2019. *Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Darma, B. 2023. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: CV. Guepedia.
- Duli, N. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Gesty Ernestivita, B. S. 2023. *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hamid, A. H. 2021. *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa: CV. Berkah Utami.
- Haque, M. G. 2023. *Perjalanan Manajemen Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hardani, S. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu .
- Hardani, S. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hatmawan, S. R. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Hilmi, M. 2022. *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Pekalongan: CV. NEM.
- Irwansyah, R. D. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada.
- Irwansyah, R. D. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Widina Media Utama.

- Ivonne Ayesha, d. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Limbong, T. D. 2022. *Desain Grafis : Teori dan Praktek dengan CorelDrawX7*. Medan: Cattleya Darmaya Fortuna.
- Lubis, Z. 2021. *Statistika Terapan Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Maisyarah Rahmi HS, L. M. 2021. *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Manshuruddin, N. T. 2022. *Makna Makanan Halal dan Baik Dalam Islam*. Medan: CV. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Ma'rifat, T. N. 2020. *Agroindustri Halal*. Ponorogo: Unida Gontor Press.
- Mustafidah, T. T. 2021. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Nugraha, B. 2022. *Pengembangan Uji Statistik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Nurbaiti, d. 2023. *Kosmetologi*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Nurlaela, H. A. 2021. *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa: CV. Berkah Utami.
- Sandu Siyoto. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Santoso, S. 2019. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, P. D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sukawati, I. G. 2023. *Strategi Reciprocity UMKM Coffee Shop di Bali*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sukoco, S. A. 2018. *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Yogyakarta: CV Pustaka Abadi.
- Tingga, C. P. 2022. *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Wangsa, I. N. 2022. *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Boyolali: Penerbit Lakeisha.
- Widyaningrum, I. D. 2023. *Kosmetologi*. Padang: Penerbit Global Eksekutif Teknologi.
- Yasa, P. V. 2023. *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang : Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Cilacap: MEDIA PUSTAKA INDO.

Jurnal

- Adeliasari, V. I. 2014. *Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya*. *Jurnal Hospitally Dan Manajemen Jasa*, 218-230.
- Ahmad, M. R. 2018. Pengaruh Label Halal Dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *IAIN Palu (Skripsi)*, 17-126.
- Anggraheni, L. E. 2022. Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus PT. Dua Kelinci Kabupaten Pati Bagian/Divisi Kacang Atom). *IAIN KUDUS*, 34-48.
- Aswad. 2022. Pengaruh *Islamic Branding*, Label BPOM Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah Vol. 1, No. 4*, 294-305.
- Asyarifin, N. 2018. Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetik Di Ponorogo. *IAIN Ponorogo*, 1-70.
- Eviyanti, F. L. 2023. Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa. *Malomo : Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Volume 1 Nomor 1*, 103-113.
- Firdaus, O. A. 2021. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel BPOM dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Ibu-ibu Arisan Desa Pelang Kidul Kecamatan Kedunggalar Kabupaten Ngawi). *IAIN PONOROGO*, 51-91.

- Fitri, S. A. 2020. Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Iklan Televisi, Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Make Over Dikabupaten Lumajang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang*, 1-13.
- Fitriyanti, E. 2022. Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018. *IAIN Kudus (Skripsi)*, 8-39.
- Hanifah Fathia Salsabila, H. 2021. Pengaruh iklan media sosial, *electronic word of mouth*, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian . *AKUNTABEL 18 (4)*, 722-732.
- Hartono, I. K., & Kasmin, M. A. 2021. *Electronic Marketing Model for Higher Education*.
- Hutagalung, M. A. K., Kurniawan, R., Mardiani, L., & Khairina, D. 2023. Pemahaman Konsep Halalan Thayyiban Dalam Kegiatan Sehari-Hari Pada Siswa SMK Swasta. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 197-202.
- Khotimah, T. S. 2021. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis, Volume 10 Nomor 2*, 197-211.
- Kurniawan, R., & Sari, A. P. 2022. Sinergitas *Fintech* Syariah Dan UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 1(02), 202-212.
- Laxmi, I. F., & Arafah, S. 2020. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Lipstik Matte* Purbasari Di Universitas Potensi Utama. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 182-194.
- Muttaqin, L. E. 2022. Analisis Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Persepsi Atas Produk Halal. *Islamic Economics And Finance In Focus Volume 1 No 4* , 373-387.
- Meidatuzzahra, D. 2019. Penerapan *Accidental Sampling* Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi (Studi Kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *Avesina Vol.13 No.1*, 19-23.
- Mewah, N., & Arafah, S. 2020. Pengaruh Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Salon Muslimah Cabang Medan Sunggal). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 70-80.
- Nabilla, Z. 2023. Pengaruh Label Halal, BPOM dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Desa Simpang Beliti. *IAIN Curup (Skripsi)*, 26-91.

- Rahmawati, L. 2022. Pengaruh Halal *Lifestyle*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Galeri Zoya Salatiga dengan *Religiusitas* sebagai Variabel Moderating. *IAIN SALATIGA (SKRIPSI)*, 41-94.
- Ridwan, M., & Hutagalung, M. A. K. 2020. Analisis Pengaruh *e-Banking* Terhadap Pelayanan dan Kemudahan Perbankan Syariah dalam Bertransaksi (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). *NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 6(2), 221-243.
- Riska Amalia, A. A. 2022. Pengaruh Iklan Dan Sertifikasi Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 1, 33-51.
- Sari, Y. 2019. Pengaruh Brand Image dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Survei pada pengguna kosmetik di Kota Jambi). *UIN SUTHA JAMBI*, 43-76.
- Savira, L. A. 2021. Pengaruh Atribut BPOM Terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bagan Sinembah). *UIN Suska Riau (Skripsi)*, 19-82.
- Suci Ramadhani Putri, S. A. 2022. Persepsi Pencantuman Label Halal, Label BPOM Dan Tanggal Kadaluarsa Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Minuman Ready To Drink Di Surabaya. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, Vol. 8 No 1, 1-18.
- Syahputra, Z., & Arafah, S. 2020. Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Tri (Studi Kasus Siswa/Siswi Yayasan Perguruan Islam). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 407-418.
- Trishantini, N. 2022. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetika Perawatan Kulit Wajah. *e-jurnal. Volume 11 Nomer 2*, 157-166.

Website

- Adisty, N. (2022, Mei 15). *google.com*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Arieza, U. (2023, 02 08). *google.com*. Retrieved from *kompas.com*: <https://travel.kompas.com/read/2023/02/08/213300427/10-negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-2023-apa-ada-indonesia-?page=all>

- Barenbliss. (2022, Juni 10). *google.com*. Retrieved from barenbliss: <https://id.barenbliss.com/products/makeup-liptint-peach-makes-perfect-lip-tint>
- Hasibuan, L. (2022, November 04). *google.com*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
- Mutia, A. (2022, Desember 05). *google.com*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>