

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A.(2015). Aaker on Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Adam, M.A. and N. Hussain.(2017). Impact Of Celebrity Endorsement On Consumers Buying Behavior. “*British Journal of Marketing Studies*, Vol.5, No.3, pp. 79-121
- Alam. Syed Shah. dan Sayuti.(2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing. “*International Journal of Commerce and Management*, 1:8-20
- Ali. Afzaal. (2020). Investigating the antecedents of halal brand product purchase intention: an empirical investigation. “*Journal of Islamic Marketing*. Vol. 12 No. 7, 2020. pp. 1339-1362
- Ali. Afzaal. Guo Xiaoling dan Mehkar Sehwani Adnan Ali. (2017). “Antecedents Of Consumers Halal Brand Purchase Intention: An Integrated Approach.” *Management decision*. Vol. 56, no. 4. pp.751-753
- Amin, A. M., dan Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic . *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1-14
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Arianto. Nurmin, Giovanni.(2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Volume 3, Nomor 2, Februari 2020 Pege (Hal.) : 12 –22. ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893

- Armstrong, Kotler. (2016). *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education
- Assauri. S.(2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Astuti. Rini. dan Abdullah. Ikhsan.(2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Ayu, S., dan Syafrizal, H.(2018).Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera.Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol. 5 No.2
- Aziz. Nazaruddin. F.(2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan,(2016). *Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik*, Jakarta
- Badan Pusat Statistik,(2020). *Data penduduk Kabupaten Cirebon Sampai September 2020*. Cirebon
- Basu. Swastha. dan Irawan.(2002). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta: Liberty
- Bhutto. M.H. Et.al.(2020). Predicting consumer purchase intention toward hybrid vehicles: testing the moderating role of price sensitivity. “*European Business Review*. 0955-534X
- Burhanuddin S,(2011). *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal*, UIN\_ Maliki Pres, Malang.
- Danang, Sunyoto.(2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi
- Derina, D. Y.(2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholicdi Bandar Lampung. *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(3)

- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek citra. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(1), 118.
- Faturrahman. A. dan Martyas. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *Jrnal Ekonomi Syari'ah*. Vol 6. No.2
- Febriana, M., dan Mx, S. d. (2017). Pengaruh Brand Ambassador dan Hallyu terhadap keputusan konsumen melakukan Brand Switchung dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Kosmetik di jakarta. *Jurnal Ekonomi*, Volume 19 Nomor 3.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriana, Sudodo, Y., dan Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1)
- Ghozali, Imam.(2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Gita, D. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id. *Repository Telkom University*
- Habibah, Ummu. Dam Sumiati.(2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 1, Nomor 1 , Maret 2016. Hal 31–48
- Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 12(1), 65–76. <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.50>

- Kamilah, G., & Wahyuati, A.(2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18
- Kementerian Perindustrian,(2020). Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik, Jakarta
- Khan. Nasreen. A. Sarwar. dan B.C.Tan.(2020). Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers. “*Journal of Islamic Marketing*. Vol. 12 No. 8, 2021. pp. 1461-1476
- Kotler, Philip. Armstrong, Garry,(2008). Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Keller.(2008). Manajemen Pemasaran. 13 ed. Jilid I, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip.(1996). “Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e” , Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler. Phillip. Dan Armstrong.(2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, 12 ed. Jakarta : Erlangga
- Kumar, Vikash, Amanjot Singh Syan dan Komalpreet Kaur .(2020). Determinants Of Farmers’ Decision To Adopt Solar Powered Pumps. “*International Journal of Energy Sector Management* Vol. 14 No. 4, 2020 pp. 707-727
- Kumar, Vikash, Amanjot Singh Syan dan Komalpreet Kaur.(2020). A Review on Bioactive Peptides: Physiological Functions, Bioavailability and Safety
- Lea-Greenwood. Gaynor.(2012). Fashion Marketing Communication. E-Book. Somerset,NJ,USA:Wiley
- Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S.(2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67–78.

- Makrufah, I. A.,(2017). Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kartasura, Surakarta: Skripsi. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Nasri. Hilmi.(2020). Pengaruh Brand Ambassador “BTS” Terhadap Purvhase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness TOKOPEDIA Di Indonesia
- Oktarini, R.(2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52–58
- Oktaviani. Nadia. dan Saida. Z.Z.A.(2021). Pengaruh Brand Ambassador “Blackpink” Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image. *I N O V A S I - 17* (3), 2021: 395-402
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y.(2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *“Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 25.
- Prasetyo. P.E.(2016). “Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek (Studi Kasus pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta)”. Jurusan Manajemen,Fakultas Ekonomi, Universitas Yogyakarta
- Prastiwi. Resti. Et.al.(2020). Analisis Pengaruh Trend Budaya, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *“Jurnal Bisnis dan Manajemen . Volume 7 No 1 2020*. Hlm. 55 – 60
- Purba, N. A.(2016). Pengaruh bauran pemasaran (kualitas produk, harga, promosi, dan saluran distribusi) terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Semarang. *“Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 5(2), 110-118

- Putri. Y.R, dan Sylvie Nurfebiaraning.(2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung, *Jurnal Socioteknologi*, Vol. 15, No. 2 : 233
- S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. R. Nasution. (2020). “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. “*Ecobisma Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7, no. 1, pp. 43–53
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S.(2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. “*Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(1)
- Samosir, Ligia Stephani.(2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah di Bandung. *Jurnal Socioteknologi*, Universitas Telkom: Bandung
- Saptutyningsih. E. dan Setyaningrum. E.(2019). Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Sleman: Gosyen Publishing
- Sari. R. M. dan Prihartono.(2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). “*Jurnal ilmiah MEA*
- Schiffman dan Kanuk,(2014), Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* .Vol. 1, No. 2
- Shimp, Terence.(2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta : Salemba Empat
- Siregar, Yusnita.(2017). Pengaruh brand image dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. *Undergraduate thesis, IAIN Padangsidimpuan*

- Stanlie. Irvan. dan Maslo Pardede.(2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis Merek Bango. "Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia. Stiebi.ac.id
- Sudarsono. Agus. Et.al.(2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kwepie Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 3, No.1, Oktober 2020
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.(2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: IKAPI
- Sujarweni, V. Wiratna.(2017). Analisis Laporan Keuangan (Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian). Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Susanti, F., dan Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Usman. Osly. dan Yenni. Aryani.(2019). The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, And Price On Purchase Intentions. Diakses pada 20 September 2021.
- Utami S.P, Setyowati N., and Mandasari P.(2020). Celebrity Brand Ambassador and e-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake. Vol.142 No.05001
- Wahyuni, Neli.(2020). Pengaruh brand ambassador dan tagline terhadap keputusan pembelian Nature Republic: Studi pada remaja pengguna kosmetik Nature Republic di Malang. *Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*

- Wardah Beauty. Jenis Produk Wardah. Diakses pada 23 Januari 2020. Dari: <https://www.wardahbeauty.com>
- Wibowo, D. E., & Madusari, B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. "*Indonesia Journal of Halal*. 1(1), 73–80.
- Wulandari, R. D. dan Iskandar, D. A., (2018). Pagaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik, Jakarta: Fakultas Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. *Jurnal Riset Pemasaran dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.3, No. 1 Februari 2018*.
- Yusiana, R. & Maulida, R.(2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Fakultas Ilmu Terapan*, 3(1), 1-6. Diakses pada 11 September 2021. Dari: [website:https://scholar.google.co.id](https://scholar.google.co.id)