

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- As-syahri, H. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5 . 0. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosia*, 1(12), 356–362.
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., & Sukwika, T. (2023). *Pengantar Statistika*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action* (4th ed.). PWS-KENT Publishing Company.
- Bettman, J. R. (1979). *An Information Processing Theory of Consumer Choice*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior* (6th editio). Dryden Press.
- Gujarati, D. J., & Porter, D. C. (2009). *The McGraw-Hill Series*. McGraw-Hill/Irwin, a business unit of The McGraw-Hill Companies.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 1(2), 14–23.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior* (1st editio). John Wiley & Sons.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Populasi dan Sampel* (M. Pradana (ed.); 1st ed., Vol. 14, Issue 1). Eureka Media Aksara.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina Bhakti Persada*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ismail, V. Y., Roswiem, A. P., & Suseno, D. (2024). Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro dan Kecil dalam Sertifikasi Produk Halal di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 5(3), 145.

- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research Design: Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Keller, E. B., & Berry, J. (2003). *The Influentials: One American in Ten Tells the Other Nine* (1st editio). Free Press.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th Editio). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mundir, A., Nizar, M., & Mustaqimah, Ajeng Rima Faujiah, A. (2021). EKOSIANA: Jurnal E konomi Syari'ah. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 8, 1–28.
- Nawiyah, L., Rusdiana, & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Abaya Tarim Santriwati Pondok Pesantren Darussalam Tingkat Ulya. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 627–638.
- Nurvianti, R., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer dan Affiliate Marekting Pada Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 43–56.
- Pasigai, A., & Fitri, A. A. (2024). Effect Of Promotional Strategy On Consumer Interest In Online Shopping At Shopee . *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 8(1), 24.
- Priyatin, A., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(1), 60–73.
- Qizwini, J., & Purnama, D. G. (2025). Inovasi Teknologi dan Transformasi Industri Halal di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business*, 5(1), 1–14.
- Rahmadaningsih, S., & Surur, M. (2024). Influencer Marketing , Online Customer Review ,. *Jurnal Cakrawala*, 7(3), 1004.
- Rahmawati, S. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *Jurnal National Conference Of Islamic Natural Science*, 20, 281–294.

- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Universitas Medan Area.
- Sari, A., Dahlan, & dkk. (2023). *Buku Annita sari Dkk Dasar-dasar Metodologi Penelitian* (Y. Prayitno (ed.); 1st ed.). CV.Angkasa Pelangi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th Editio). Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Person Education.
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine Pada Generasi Z : Studi Kasus Kabupaten Badung Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 896.
- Setiono, L. A., Astuti, H. J., R, T. S. M., & Kharismansyah, A. Y. (2024). Pengaruh Influencer, Brand Image, dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass di Purwokerto. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 4637–4638.
- Setyaningsih, B. (2022). *Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik Impor yang belum berlabel Halal (Namun sudah BPOM)*. Universitas Islam Indonesia.
- Setyaningsih, D. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Munggang Bawah di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., & dkk. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147.
- Simbolon, A. G., Nasco, M. Z., Rizkian, M. H., & Tsaqif, A. M. (2025). Efektivitas Regulasi dan Pengawasan Pemerintah dalam Mencegah Manipulasi Komposisi Produk Kosmetik : Kajian Hukum dan Kesehatan. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 82–96.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Thei, J. S., Kurniasandy, A. R., Lay, R. A., & Amaral, M. A. L. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Website Design Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Zalora. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 262–270.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). In *UU No.33 Tahun 2014* (Issue 1). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>

Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian*. CV.Pena Persada Reda.