

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., & Buchwitz, L. A. (2015). *Marketing an Introduction* (6th ed.). Pearson.
- Departemen Agama RI. (2001). *Al Qur'an dan Terjemahnya dengan transliterasi model perbaris: Juz 1-30*. CV. Asy Syifa' Semarang.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Lee, M., & Johnson, C. (2009). *Principles of Advertising* (2nd ed.). Routledge.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik* (1st ed.). Remaja Rosdakarya Offset.
- Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Departemen Pendidikan Nasional.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution* (1st ed.). Rowman & Littlefield.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (8th ed.). Cengage Learning.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.

B. Jurnal

- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 170–177
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurisdictie*, 9(1), 128–146.
- Habibah, Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan *Celebrity endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna*, 7(2), 233–261.
- Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Perdana, R. (2019). Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *JIM UPB*, 7(1), 88–98.
- Miftah, A. (2015). Mengenal Marketing dan Marketers Syariah. *Islamiconomic*, 6(2), 15–20.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh *Celebrity* Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Indonesia Membangun*, 3(1).
- Mubarok, N., & Maldina, E. Y. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic*, 3(1), 73–92.
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al- Tijary*, 01, 33–46.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Khatulistiwa*, 4(1), 73–86.
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Di Pasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap dan Iklan. *Pundi*, 01(02), 87–96.
- Sari, N. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam. *Media Syariah*, XIV(2), 199–212.
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen. *Ekonomi Syariah Indonesia*, IX(1), 66–72.
- Superwiratni. (2018). Pengaruh *Celebrity* Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *Tourism and Hospitality Essentials*, 8(2), 99–110.

Suyitno, P. P. W., & Herlawati. (2015). Metode Regresi Linier Berganda Kualitas Super Member Supermall Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Pada Supermall Karawang. *Bina Insani Ict*, 2, 101–116.

C. Skripsi

Nst, M. S. H. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu*. Universitas Pasir Pengaraian.

Riza, P. (2015). *Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Helm Merek GM (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Antasari Banjarmasin)*. IAIN Antasari Banjarmasin.

Syeimima, M. D. (2019). *Pengaruh Celebgram (Celebrity endorser Instagram) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Media Sosial Instagram Di Kota Banjarmasin*. UIN Antasari Banjarmasin.

D. Website

Hadits.id. (2021). <https://www.hadits.id/>

IBEC FEB UI. (2018). *Endorsement Dalam Kacamata Ekonomi Islam*. Ibec-Febui.Com. <https://www.ibec-febui.com/endorsement-dalam-kacamata-ekonomi-islam/>

Martina. (2020). *Berikut 4 Tipe Kompetisi (Persaingan) dalam Bisnis dan Strategi Memenangkannya*. Ukirama.Com. <https://ukirama.com/blogs/berikut-4-tipe-kompetisi-persaingan-dalam-bisnis-dan-strategi-memenangkannya>

Pond's. (2020). *Frequently Asked Questions (FAQ) - PONDS Indonesia*. Ponds.Com. <https://www.ponds.com/id/bantuan/faq.html>

Suaidi, Q. (2011). *Kewajiban Mencari Rezeki yang Halal*. Asy Syariah.Com. <https://asysyariah.com/kewajiban-mencari-rezeki-yang-halal/>

Suryanto. (2020). *Gaya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik*. Radarsurabaya.Jawapos.Com. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/14/174764/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik>