

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressiondo
- Afriliantini, I., Salam, A., & Abdurrahman. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1).
- Ali, H. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Pustaka Belajar.
- Amstrong, Kotler, & Philip. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Anggita Rizza, & Ali Hapzi. (2021). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. \
- Anshori, M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Arifin, M. B. S. (2018). *Endorsment Dalam Perspektif Islam*.
- Asnawi, M. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*.
- Asyarifin, N. A. (2018). *Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetik Di Ponorogo*.
- Aulia, Shofful, M. Riswan Basalamah, dan Restu Millannintyas. 2021. "Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee." volume 10 No. 15.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Deviyanti. M. 2021. *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Kosmetik Sungguminasa*. STIE Nobel Indonesia Makasar.

- Febby A., Sijoatmodjo, & Soetedja. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Merek.*
- Hasan, V. N. C. (2018). *Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Tahap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Kosmetik Sariayu).*
- Hasfira, & Andi. (2022). *The influence of celebrity endorsers on purchasing decisions For Scarlett Skincare (A Case Study On A Student Of Management Department, Faculty Of Economics And Business, Makassar State University).*
- Hayati, M. N. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap keputusan Pembelian Produk Wardah di Puspa Indah Cosmetic Magelang.*
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). *Penyuluhan Pentingnya Label Halal Pada Kemasan Produk dan Pajak Pada Usaha Kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir.*
- Hidayat, A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas.* Health Books Publishing.
- Imaningsih Erna S, R. S. (2018). *The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions.* Jurnal Ekonomi, 23(2).
- Jaya, (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta
- Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran.* PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lestari, N. P., & Hermani, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong).*
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Rajawali Pers.
- Nasution, M. E. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam.* Kencana.
- Noorrohmah, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Pand's Muslim Dapertement Store Cabang Semarang.*

- Purbarani, V. H. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)*.
- Ramadhani Fitri (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*
- RiskiBagus, 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kaus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai).”
- Riyono, & Budiharja, G. H. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*.
- Rulianti, E. (2016). *Pengantar Manajemen*.
- Santoso, S. (2017). *Statistik multivariat dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pwmbelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pwngguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*.
- Sari, Rahayu Nutia 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)*.
- Senjawati Retno, Suhel, & Asngari Imam. (2022). *Consumer Behavior and Halal Cosmetic Product: Evidence in Palembang City*. MIR (Modernization. Innovation. Research).
- Siregar, S. (2015). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Edisi kesatu cetakan ke 1*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.

Suryadi, Cindi Ekaputri 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada mahasiswa pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*.

Utami Nadira Noor, & Genoveva. (2020). *The Influence Of Brand Image, Halal Label, And Halal Awareness On Customers Purchasing Decision Of Halal Cosmetic*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis.\

Widyaningrum, P. W. (2016). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen wardah di Ponorogo)*.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Kencana.

(<https://investor.id/lifestyle/231845/ms-glow-raih-indonesia-best-brand-award-2020>)

diakses pada 02 November Puku 13.45.

(<https://compas.co.id/article/data-penjualan-ms-glow-2/>) di akses pada 05 November

pukul 10.50.

(<http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/Kuncisuksesbisnis>.) di akses pada 10

Desember pukul 22.00.