

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2013, Oktober). *Pengaruh komunikasi dari mulut ke mulut Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom 2013)*. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship 10(2), 172-185.
- Anwar, Saleha, and Amir Gulzar. (2011). *Impact of Perceived Value on Komunikasi dari mulut ke mulut Endorsement and Customer Satisfaction: Mediating Role of Repurchase Intentions*. International Journal of Economics and Management Sciences, 1(5): 46-54.
- Astuti, N. (2016). *Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada konsumen mobil PT. Honda Semoga Jaya Samarinda*. Jurnal Psikoborneo, 4(3), 439. 448.
- Basuki, R. A., & Fairuz, N. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Komunikasi dari mulut ke mulut Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Produk Ponds*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 1(2).
- Eka Dyah Setyaningsih, Sofyan Marwansyah. (2019). “*Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Melalui Minat Terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Halal*”. Jurnal Ekonomi Islam, Keuangan dan Perbankan E-ISSN 2598-0955. Jil. 3 No.1. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Herliani, Maryono, Noor Hidayati (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Komunikasi dari Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Pada Konsumen di Banjarmasin*. Smart Business Journal (SBJ) 2 (2).
- Mufrodah, Alia, & Adinugraha, H. H. (2021). *Millenial Generation’s Awareness of Halal-Labeled Cosmetics*. AL MA’ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya, 3(2), 92-100.
- Mutia Arda & Dewi Andriany (2023). *The Influence Of Product Quality, Price and Electronic Komunikasi dari mulut ke mulut On The Purchase Decision Of Ms Glow Skincare*. International Journal of Educational Review, Law And Social Sciensces 3(4), 12-46-1256.
- Nurul Imani Kurniawati, (2020). *Analysis of The Influence of Komunikasi dari mulut ke mulut and Brand Image on the Decision to Purchase Cosmetics Make Over Products in Semarang*. Journal Economics, Management and Sustainabiliyty, 5(2), 138-148.
- Olivia, G. (2021). *Analysis of Consumer Purchase Behavior of Non Authorized (Non BPOM) Face Maskin Indonesia Local Product*. Advanced International Journal of Bussiness, Entrepreneurship and SMEs, 3(9), 67-90.
- Punamasari, Yulia. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online*. Singaraja: Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP), 5(1), 1 – 12.
- Puspasari, Anita. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Komunikasi dari mulut ke mulut Melalui Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu Manajemen, 2(4), 1737- 1748.

Putri dkk. (2018). Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah. *Jurnal*, Hal. 1-8.

Salaka, E. P., & Hidayat, W. (2019). *Pengaruh Komunikasi dari mulut ke mulut, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Kota Semarang*, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), Hal 136-145.

Salasbila, I., & Ramdhan, D. (2022). *Influence of Tiktok Marketing Content And Halal Awareness on Purchasing Decisions With Bpom Attributes as Intervening*. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 5(1), 92-101.

Sumardy, D. (2011). *The Power Of Komunikasi dari mulut ke mulut Marketing terhadap Brand Loyalty melalui Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pengguna T-cash di Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Universitas Negeri Brawijaya. Vol 60" No 2. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wydyanto, W., & Ilhamalimy, R. R. (2021). *Determination of Trust and Purchase Decisions: Analysis of Brand Image and Price (Marketing Management Literature Review)*. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(3), 506-516

## Skripsi

Agustina, Eri. (2013). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada produk walls conello)* Manajemen Kesatuan Vol. 1 (No.2).

Khairunnisa, pasaribu. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Label Halal terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Wardah beauty home Iskandar Muda Medan)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

## Buku

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2015). *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*.

Hasan, Ali (2010) *Marketing dari mulut ke mulut*. Yogyakarta.

Prof. Dr. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Syahyuti. (2010). *Definisi, Variabel, Indikator dan Pengukuran dalam Ilmu Sosial*.