

DAFTAR PUSTAKA

- AD Nurhalim, 2022, "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara", *wiyatamandala.e-journal.id*
- Alifia Sarah, M., & Wadhana, SE, Msi, MM., A. (2018). "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe *Cake*. *E-Proceeding of Management.*" Vol.05, No. 2, Hal-2577.
- Analisa. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Personality* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/21263>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asriah, D. (2013). Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Perilaku Pembelian Produk di Masyarakat. *Lampung*.
- Cahyani, A. P. (2022). Kredibilitas Interaksi Parasosial pada diri *Beauty Influencer* terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Foccalure pada Generasi Z. Doctoral dissertation, Universitas Jember.
- Citra Wulandari, 2013, "*Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli Smartphone Oppo F3 di Samarinda*", Universitas Mulawarman, *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawaman*
- Departemen Pendidikan Nasional. 2011, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi Asriah. 2013 "Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Perilaku Pembelian Produk di Masyarakat", Lampung.
- E. P, P., & Utama, A. (2018). "*Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta).*" *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol.7, No. 5.*
- Firqah Annajiyah. M, 2020 "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Pembelian Skin Ccare Tanpa Label Halal Pada Muslim Generasi Z di Banjarmasin"
<https://jurnal.uinantasari.ac.id/index.php/proceeding/article/view/3712>
- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada

- Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Epigram*, Vol. 16 No. 2.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Bantul: Denokan Pustaka.
- Hi Law, S., Andriani, R., & Rani, F. (2021). “Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 9 No. 2.
- Hidayat, M. (2010). *Pengantar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Zikrul Media Intelektual.
- Indonesia, P. P. D. P. E. I. (P3EI) U. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Joshua, D., dan padmalia, M. (2016)” Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, Volume 5, No 1,
- Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Kotler, P., & Armtrong. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong.2008. “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Mankiw, N. G. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mubarak, Z., Amalia, R., & Aisyah, L. (2023). Analisis Product Quality, Price, dan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecap Manis Cap Nasional. *Islami Busines and Finance (IBF)*, Vol. 4, No. 1, 23
- Nurhalim, A. (2022). “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara.” *Wiyatamandala.e-Journal.Id*.
- Nurlalili, Evi Ekawati, & Any Eliza. (2014). Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Hala Pada Produk Makanan Siap Saji. *Lampung: LP2M Raden Intan Lampung*.
- Nurul Huda, Khaimim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, & Dian Sugiarty. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi* (Ed. 1 Ce.1). Depok: Kencana.
- Prasetyo, B., & Janah, L. M. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Rachman R.M, Endah Budi P.P, Reizano A.R, Laila A.S, 2022, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare”, *Accounting and Management Journal*, Vol. 6 No.1
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Ratnasari, I. E. (2023). *The Influence Of Brand Ambassadors, Brand Image, Product Quality, And Price Perception On Purchasing Decisions For Madam gie cosmetic Products On Students At Duta Wacana Christian University*. 5(2).
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson. <https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/11671>
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Suparman Hi Law, Ria Andriani, Rani Febriana, 2021, “Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 9 No. 2, P-ISSN: 2337-6649, E-ISSN: 2527-9769
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Ilmu Mikroekonomi* (Edisi 17). Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., Grace, E., Sahir, S. H., Dini Mustika Buana Putri, Rosdiana, Candra Puspita Ningtyas, Hasyim, & Yurilla Endah Muliatie. (2021). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Jakarta : Yayasan kita menulis.
- Sutrisni. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro”. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* Vol 1no.1.
- Sundayani, R. (2014). *Ria Miranda-Tatjana Sapira Brand Ambassador Baru Wardah*. *Okezone*.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Ed. 1. cet. 1.). Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tina Martini. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualiatas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Sckutermatic. *Jurnal Penelitian*, Vol 9, No.1.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. (n.d.).

Utami, N. I. P., & Septiarani, N. (2023). Gaya Hidup Wanita Generasi I Z Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Di Kabupaten Labuhanbatu. *Konferensi Nasional Unikal*.

Wua Gloria Sterie James D. D Massie & Djurwati Soepono (2019). “*Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado*”. *Jurnal EMBA*, Vol.7, No.4, Hal. 3139 – 3148, ISSN 2303-1174

Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Kencana.