

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022, 09 28). *10 Serum Wajah Terlaris di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id>
- Almansyah, Wonua, A. R., Astaginy, N., & Saputri, R. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Prosuk Ms Glow di Kabupaten Kolaka. *JURNAL RISET MANAJEMEN*, 1, 1 – 10. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i4.1040>
- Apriliani, H. N & Setyawati, H. A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen). *In Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (Vol.5, Issue 3)*. <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Aristamia Putri D, Salim Agus M & Athia Ita. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – JURNAL RISET MANAJEMEN*, 12, 1 – 10.
- Asadilla, V., Ahmad,A., Rachmat Ramelan, M. (2023). Pengaruh Dukungan Selebriti, Ulasan, dan Pemasaran Viral Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Provinsi Lampung (Vol. 2, Issue 01).
- Cesarina, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan konsumen pada Market Place: Kualitaas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 (1), 1 – 14.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E - Comerce*. Retrieved from Compas.co.id: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Dr. Meithiana Indahsari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra. (2018). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen) (5th ed.)*. Agf Books.
- Fitri N, Rachma N, & Normaladewi A. (2023) Pengaruh *Brand ambassador*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Pada *Skincare Whitelab*(Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12, 1–9.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (4th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2015) *Partial Least Square* Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0.
- Ghozali, I. (2018) Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yoga Pratama.
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and AnderSon. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. PearSon Prentice Hall, New Jersey
- Hasanah Pengaruh Brand Ambassador, Y., Farah Putri Kusuma, N., Nur Hasanah, Y., kunci, K., & Ambassador, B. (2023). PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM DAN EWOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 10, 1 – 10. <https://compas.co.id/article/Brand>
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9 (4), 453 – 466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Kotler, Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Lathifah, I., Khoiriah, N., Mursito, B., & Marwati, F. S. (2023). Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek dan *Brand ambassador* Terhadap Sunscreen Azarine di Surakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 1–1.
- Lestari Ayu, Nengsih Titin, & Susgaryati Neneng. (2023). Pengaruh Green Product Dan Label Halal Terhadap MinatBeli Produk Kecantikan Kedas Beauty MasyarakatMuslim Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1, 1–16.
- Lina, R. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. <https://goodstats.id>
- Mahartriana, N. C. (2023). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PLATFORM E-COMMERCE (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Madiun)*.
- Matondang, Z., Fadlilah Nasution, H., & Saefullah, A. (2023). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, LABEL HALAL, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK DENGAN

- RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.15294/intuisi.v4i2.13337>
- Nur Millatina, A., Tanzil Fawaiq Sayyaf, R., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Malang, U. (2023). Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang). *JUENAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 1–10. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8462>
- Nurmaya Adianti, S., & Ayuningrum, F. (2023). *PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANPRODUK KOSMETIK WARDAH* (Vol. 5). <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Nurnaningtias, M., & Aswad, M. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement, dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal Jurnal Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 5, Issue 1).
- Nurul Fajritami, K., Joko Nur Utomo, H., Administrasi Bisnis, J., & Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, U. (2021). Kebijakan KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN BRAND IMAGE. *Jurnal Masalah Sosial Dan Politik*. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/paradigma/index>
- Pahlevi, R. (2022, 03 15). *Konsumsi Kosmetik Halal Terbesar*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id>
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler, Kelvin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, London. PearSon Education*
- Rahmatullah, R. R., & Mangruwa, R. D. (2023). Apakah Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Viral? *Jurnal E-Bis*, 7(2), 601–609. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1264>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. Aalfabeta. Bandung
- Supriyadi, M. E., Ekonomi, F., & Management, J. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SOMETHINC* (Vol. 2, Issue 2).
- Ula Ananta Fauzi, R., Esmike, M., Rahayu Ardiningrum Program Studi Manajemen, A., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. JURNAL BISNIS DAN EKONOMI*, 14(1).
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave,

Fanatisme dan *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1357>

Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim – Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.