

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, S. (2022). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow the Effect of Halal Label, Brand Image and Price on the Decision To Purchase Ms Glow Cosmetics. *Jurnal Terapan Ilmu Pengetahuan*, 1(01), 85–95. <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri->
- Amalia, W. T., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2021), 2022.
- Angelia, D. (2022). 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022. <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>. Diakses pada 28 juni 2024.
- Anggraini, N. P. N., Restuningtyas, Y. A., & Jodi, W. G. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, dan Online Customer Review pada Keputusan Pembelian Online. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196>
- Arista, K. C., & Fikriyah, K. (2022). The Effect of Halal Label , Price , and Song Joong Ki as Brand Ambassador on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products in Sidoarjo Regency Pengaruh Label Halal , Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk. 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Bahri, S., Sopian, A. A., & Agustina, D. (2023). Saepul Bahri Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Justmine Beauty di Toko Gins Official Plered Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 3(2), 167–189. <http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). Computers in Human Behavior Perceived derived attributes of online customer reviews. *Computers in Human Behavior*, 56, 306–319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.051>
- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 11–25.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113–127. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen)* (5th ed.). Agf Books.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yoga Pratama.
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & E, A. R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hasanah, N., & Dermawan, R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Kota Surabaya. 11(1), 1–29.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran mediasi minat beli pada pengaruh brandambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 8(3), 197–215.
- Kotler, P dan Kevin L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Willey.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , Al-Kharaj : *Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 21–28. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317>
- Nurdin, S., & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Sain Manajemen*, 3(2), 111–122. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Prasetyo, P. E., & Utama, A. (2020). Brand Ambassador dan...(Panji Eka) 458 BRAND AMBASSADOR. 3, 458–466.
- Rahmadani, R., & Astuti, S. R. T. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek , Celebrity Endorser , dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang). 12, 1–14.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing,

- dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). *J . K . Rarung ., B . Lumanauw ., Y . Mandagie* 10(1), 891–899.
- Sangkardi, R., Tumbuan, W. J. F. A., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Manado Influence Of Celebrity Endorser and Online Customer Review On The Purchase Decision Of Wardah Products In Manado. 5(2), 1306–1319.
- Sari, D. I., & Hasyim. (2022). *APLIKASI SHOPEE Dewi Irana Sari ¹ , Hasyim ²* Pendahuluan Perkembangan teknologi dan informasi sekarang membuat persaingan didunia digital semakin pesat , sehingga membuat masyarakat memanfaatkan peluang yang ada pada saat ini . E- commerce memberikan bany. 9.
- Siahaan, M. D. Y., Suherman, & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. 3(2).
- Sianipar, A. H. F., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. 7(1), 50–64.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. In Penerbit Alfabeta
- Top Brand Awards. (2024). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=189&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2024&brand1=Caring&brand2=Maybelline&brand3=Pixy&brand4=Revlon&brand5=Wardah. Diakses pada 28 juni 2024.
- Virgantini, N. L. E. S., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. (2022). pengaruh gaya hidup, social media marketing, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian online pada Tokopedia di Kota Denpasar. *Science*, 7(1), 1–8.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 4(2), 83–98.
- Wiguna, I. G. D., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan

Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(6), 1424–1441.