

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ulil Albab Al Umar et al., “Pengaruh Label Halal Dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul,” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* Vol 4, no. 1 (2021)
- Arif Hoetoro, “*Ekonomi Islam : Pengantar Analisis Kesejahteraan Dan Metodologi*” (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2007).
- Amin Ma’ruf dkk (tim Penyusun), “*Himpunan Fatwa MUI Sejak 19*” (Jakarta: Erlangga, 2011).
- A Miles Jeffrey, “*Management and Organization Theory*” (San Francisco: One Montgomery, 2012).
- Amirudin M Amin and Rafiqah Fitri Yanti, “Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic,” *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi* Vol 2, no. 1 (2021).
- Annisa Rif’atul Himmah and Apriatni Endang Prihatini, “Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol 10, no. 2 (2021)
- Bagian Proyek Saranan dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat islam dan Penyelenggaraan Haji, “*Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*” (Jakarta: Depertemen Agama, 2003).
- Baker Ahmad Alserhan, “On Islamic Branding: Brands as Good Deeds,” *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (2010)
- Chalil Rifyal Dahlawy, “*Brand Islamic Branding Dan Rebranding*” (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020).
- Dahlan Abdul Aziz, “*Ensikologi Hukum Islam,*” cet 1. (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeva, 1997).
- Dwi Wayu Pril Ranto, “Menciptakan Islamic Branding Sebagai Stretegi Menarik Minat Beli Konsumen,” *Jbma* Vol 1, no. 2 (2013)
- Elvira Ismagilova et al., “Electronic Word of Mouth (EWOM) in the Marketing Context,” in *SpringerBriefs in Business*, 2017

- Emeralda Galuh Pasa, Jeni Wulandari, and Diang Adistya, "Analisis E-Trust, E-Wom Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online," *Jurnal Perspektif Bisnis* Vol 3, no. 2 (2020)
- Ghozali Imam, "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*" (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005).
- Hadjar Ibnu, "*Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kwantitatif Dalam Pendidikan*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999).
- Husein Umar, "*Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999).
- Isabelle Goyette et al., "Word-of-Mouth Measurement Scale for Eservice Context.," *Canadian Journal of Administrative Sciences* 27, no. 1 (2010)
- Kotler Philip and Gary Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*" (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008).
- Kotler Philip and Gaby Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*," edisi 13. (Jakarta: Erlangga Pearson, 2010).
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller, "*Marketing Management*," 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Preason Pertice Hall, Inc., 2016.
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran*," edisi ke 12 jilid 1&2. (Jakarta: PT Indeks, 2007).
- Kotler Philip, "*Manajemen Pemasaran*" (Jakarta: IKAPI, 2000).
- Kotler Philip and Gary Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*," edisi 13 jilid 1. (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Latan H and Ghozali, "*Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*" (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012).
- Luthfiyatillah Luthfiyatillah et al., "Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian," *Jurnal Penelitian IPTEKS* Vol 5, no. 1 (2020)
- Maghfirah Pustaka, Al- Qur'an QS *Al-Baqarah/2*: 168
- Muhammad Nasrullah, "Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk," *Hukum Indonesia* Vol 13, no. 2 (2015)

- Mohammad Rosyada, "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal," *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 13, no. 2 (2022).
- Gunawan Didik dan Aiga Dwi Pertiwi, "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* Vol 8, no. 1 (2022)
- Ni Made Padmawati and I Gusti Agung Ketut Gede Suasana, "Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol 9, no. 7 (2020)
- Nurudin, "Pengaruh Islamic Branding Dan Online Cunsomer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Rabbani". *JIBAKU : Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akutansi*. Vol 3, no. 1 (2023)
- Nurul Aisyah, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim," *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* Vol 9, no. 1 (2022)
- Nurul Aisyah, Muh. Akil Rahman, and Sitti Aisyah, "Analisis Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Remaja Wanita Di Kota Makassar," *Jurnal Sipakalebbi* Vol 5, no. 2 (2021).
- Nurul Luthfiani Pamungkas, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Retno Triwoelandari, "Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* Vol 4, no. 2 (2021)
- Nor Sara Nadia Muhamad Yunus et al., "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014)
- Priyanto Dwi, "*Mandiri Belajar SPSS*" (Yogyakarta: Mediakom, 2008).
- Rika Paujiah, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* Vol 1, no. 2 (2020)

- Rini Astuti and M Ali Hakim, "Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* Vol 4, no. 1 (2021)
- Saleh Sitompul, "Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating," *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* Vol 7, no. 1 (2021)
- Sampir Andrean Sukonco, "*NEW Komunikasi Pemasaran*" (Jawa Timur: CV Pustaka Abadi, 2018).
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RnD*" (Bandung: Alfabet, 2010).
- Rosmina Hiola, "Peran Brand Image Memoderasi Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gorontalo," *Jurnal Indonesia Sosial Sains* Vol 3, no. 3 (2022)
- Shufiyyatin Aliyah and Sri Abidah Suryaningsih, "Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle, Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol 4, no. 3 (2022)
- V Wiratna Sujarweni, "*Metodologi Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*" (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Willy Abdillah dan Jogiyanto, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Stuctual Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015)
- Zulfiqar Ali Jumani and Kamran Siddiqui, "Bases of Islamic Branding in Pakistan: Perceptions or Believes," *interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 3, no. 9 (2012)

#### **Sumber Internet :**

- Direktorat Pengawasan Kosmetik, "*Key Personnel Paham Cpkb Merupakan Kunci Sukses Industri Kosmetik Dalam Negeri,*" <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/27620/key-personel-paham-cpkb-merupakan-kunci-sukses-industri-kosmetik-dalam-negeri.html> (diakses hari Minggu, 05 Februari 2023 pukul 13.49 WIB)
- Renny Ambar Sari, "*Perkembangan Industri Kosmetik Global, Potensi Dan Tren Terbaru,*" <https://mashmoshem.co.id/perkembangan-industri-kosmetik-global/>. (diakses hari Kamis, 23 Februari 2023 pukul 23.59 WIB)

Safi Indonesia, "*Safi Ramaikan Pasar Perawatan Kulit di Indonesia,*" <https://www.safiindonesia.com/article/read/safi-ramaikan-pasar-perawatan-kulit-di-indonesia>. (diakses hari Rabu, 01 Februari 2023 pukul 13.34 WIB)

Viva Budi Kusnandar, "*Mayoritas Penduduk Sumatra Beragama Islam Pada Juni Tahun 2022,*" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/08/mayoritas-penduduk-sumatra-beragama-islam-pada-juni-2022>. (diakses hari Minggu, 05 Februari 2023 pukul 14.14 WIB)