

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, Aldy. 2018. Hubungan Strategi Promosi Dengan Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda. *Ejournal psikologi-PSIKOBORNEO*. Vol. 6 No. 3 : 599-608.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: Grasindo.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Beauty Journal By Sociolla. <https://journal.sociolla.com/beauty/grand-launching-madame-gie-gisella-anastasia>. (10 Febuari 2021).
- Dinan, Fira., M. Naely Azhad dan Feti Fatimah. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol 2 No. 1 : 16-30.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dominikus Dolet Unaradjan. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Edyansyah, Teuku. 2018. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame di Kota Lhokseumawe”. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol. 9 No. 1 : 55-72.
- Evelina, Lidya Wati dan Fitrie Handayani. 2018. Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk. *Warta ISKI (Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia)*. Vol. 1 No. 1 : 71-82.
- Fawaz, Muhammad Wasito Abu. 2012. *Hadist-Hadist Shohih Tentang Keutamaan Perniagaan dan Pengusaha Muslim*.

<https://abufawaz.wordpress.com/2012/04/10/hadits-hadits-shohih-tentang-keutamaan-perniagaan-dan-pengusaha-muslim/>. Diakses pada 26 Agustus 2020.

Firdaus dan Fakhry Zamzam. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.

Firmansyah, Farid dan Rudy Haryanto. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa-Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.

Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1 No. 1 : 31-48.

Hamdi, Asep Saepul dan E Baharuddin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikadi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.

Hedynata, Marceline Livia dan Wirawan E.D. Radianto. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol.1 No. 1 : 87-96.

Hendri dan Roy Setiawan. 2017. Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama. *AGORA*. Vol 5 No. 1 : 1-8.

Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

<http://www.iain-tulungagung.ac.id/profile/sejarah-stain>. (01 Januari 2021).

<https://febi.iain-tulungagung.ac.id>. (01 Januari 2021).

<https://febi.iain-tulungagung.ac.id/jurusanprodi/ekonomi-syariah>. (01 Januari 2021).

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

JDIH BPK RI – Database Peraturan. 2014. *Undang-Undang (UU) No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>. (28 Agustus 2020).

Lestari, Jihan Suci., Umi Farida dan Siti Chamidah. 2019. Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vo. 1 No. 1 : 38-55.

Lingga, Resni Ulina. 2016. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen”. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 4 No. 2 : 400-414.

Madame Gie. <https://www.madamegie.com/>. (27 September 2020).

Mamahit, Phillius., Agus Supandi Soegoto dan Willem Alfa Tumbuan., 2015. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 15, No. 5 : 777-787.

Nisa, Rima Rohmatun. 2019. Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 7 No. 2 : 479-482.

Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

- O, Syahu Sugian. 2006. *Kamus Manajemen (Mutu)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 8 No. 3 : 1374-1400.
- Prambudi, Gavriela Evania., Chistian Herdinata dan Yuli Kartika Dewi. 2019. "Atribut Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pakaian Custom Clothing". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 3 No. 6 : 782-789.
- Purwoto, Agus. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/5/8> (19 April 2020).
- Rabiah, Arbi Siti Rita., Ryani Dhyhan Parashakti., dkk. 2019. Online Consumer Review And Beauty Influencer On Cosmetics Purchase Intention Of Indonesian Demale Consumers. *Journal of Business, Management and Accounting*. Vol.1 No. 1 : 34-47.
- Republika.co.id. 2017. *Yuk, Simak Ayat-Ayat Al-Qur'an tentang Jual-Beli*. <https://republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/17/01/07/ojec8d313-yuk-simak-ayatayat-alquran-tentang-jualbeli>. (26 Agustus 2020).
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.

- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8 No. 2 : 92-121.
- Rizki, Shinta Pamudyaning dan Mudiantono. 2016. Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 5 No. 2 : 1-12.
- S, Christianus. 2010. *Seni Belajar Kilat SPSS 17*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sari, Wulan Purnama dan Lydia Irena. 2019. *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Septiani, Stevia dan Retno Indraswari. 2018. Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. 9 No. 1 : 59-73.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media And Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Bandung: Mizan Media Utama.

- Sudaryono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiharto dan Shinta Noor Anggraeny. 2018. Mengukur Kualitas Akuntan Publik Menurut Pengguna Jasa Akuntan Publik. *Jurnal MONEX*. Vol. 7 No. 1 : 1-9.
- Supriyadi, Yuntawati Fristin dan Ginanjar Indra K.N. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3 No. 1 : 135-144.
- Suryani dan Hendryadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Swarjana, I Ketut. 2016. *Statistik Kesehatan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Udasmoro, Wening. 2020. *Gerak Kuasa: Politik Wacana, Identitas, dan Ruang/Waktu dalam Bingkai Kajian Budaya dan Media*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utarsih, Henny. 2014. “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Kartu AS”. *Jurnal ILMAN*. Vol. 1 No.2 : 105-112.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Wijaya, Fina Anastasia dan Sugiono Sugiharto. 2015. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 9 No. 1 : 16-22.

- Wulandari, Dwi Ajeng dan Farah Oktafani. 2017. Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Computech & Bisnis*. Vol. 11 No. 1 : 47-58.
- Yonulis. 2020. *Fenomena Bisnis Kosmetik Selebriti: Tidak Semua Digemari*. <https://yonulis.com/2019/12/18/fenomena-bisnis-kosmetik-selebriti-tidak-semua-digemari/>. (12 Oktober 2020).
- Yuliani, Irma. 2019. *Pengaruh Belanjadan Investasi Terhadap Kemandirian dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zukhrufani, Alfitri dan Muhammad Zakiy. 2019. The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Toward Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 5, No.2 : 168-180.