

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, Bahtiar, and Eka Subakti. 2022. "Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Indonesia journal of halal* 5, no. 1: 71–75.
- Afrizal, Dkk. 2022. *Pengantar Bisnis*. Jakarta Selatan: Publica Indonesia Utama.
- Ajzen. 1991. *Attitude, Personality, and Behavior*. Milton keyhes: Open University.
- Al-Sijistani, Abu Dawud Sulaiman bin Al-Ashath. 2003. *Sunan Abu Daud*. Bairut: Dar Al Kitab Al Arabi Beirut.
- Alim, Shilachul Alfinul, Mawardi, M. Kholid, dan Bafadhal, Aniesa Samira. 2018. "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim." *Jurnal Administrasi Bisnis* 62, no. 1: 127.
- Alimin, Muhammad. 2004. *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Amadi, Wahid, Dkk. 2003. *Halal Haram Dan Islam*. Solo: Era Intermedia.
- Amalia, M. Nur Rianto Al Arif dan Euis. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Ansofino, Dkk. 2016. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arfah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inova Pratama Internasional.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dan Khairul Fazrin. 2017. "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2: 729–739.
- Etta Mamang Sangaji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fitriani, Nur. 2022. "Implementasi Layanan Endorsement Yang Islami Terhadap

- Produk Makanan (Studi Objek Hasanah Kitchen).” *Universitas Muhammadiyah Makassar*: 17–18.
- Gunawan, Didik, Dkk. 2022. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padangsidimpuan: PT Inova Pratama Internasional.
- Hartati, Shanfi Maylita Inggasari dan Retno. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 1: 1–22.
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Haryanto, Eka Setya Nuraini dan Jony Oktavian. 2010. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality Dan Product Characteristics Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi Pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa Versi Chris John).” *Journal of Bussiness Strategy and execution* 2, no. 2.
- Ilyas, Musyfikah. 2017. “Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat.” *Jurnal Al-Qadau* 4, no. 2.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- K, Siti Julia dan Kamilah. 2023. “Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no. 1.
- Keller, Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khoir, Fatihul. 2023. “Konsep Endorsement Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 7: 3025.
- Kotler, Philip. 1987. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- . 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Index.
- Kuontur, Ronny. 2005. *Statistik Praktis*. Jakarta: PPM.
- Kusmawati, Ambar. .2021. “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Di Desa Buntan Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021.” *Repository Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali*.

- Lasiyama, Mayasurru, Dkk. 2022. *Ekonomi Dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Laurensia, Viola, Nelson Julius Johan, Jonathan Kristian Chandra, and Juliandri Bahar. 2023. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Melalui TikTok 2023 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 12: 468–474.
- Lestari, Destria Suci Ayu. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Korea Selatan Di Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun)." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4: 1–19.
- Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. 2020. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19." *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 3, no. 2.
- Maria, Paska, and Pandoyo. 2020. "Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey Pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta)." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial* 1, no. 1.
- Marupaey, Aisa Manilet dan Muammar. 2018. "Strategi Pengembangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon." *Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam* 9, no. 1: 27.
- Maskur, Dagma Syafira Destia Wardani dan Ali. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening)." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5, no. 2.
- Meilina, Arisa. 2021. "Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau)".
- Mohamad Zaenal, Suliyono dan Muh. Anshori. 2022. "Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadist Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Madani Syariah*: 86.
- Muhammad. 2009. *Label Halal Dan Spiritualitas Bisnis*. Kalimantan Tengah: STAIN Palangkaraya.
- Mustag, Ahmad. 2001. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*. Jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika.
- Nasuka, Moh. 2021. *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Jepara: UNISNU

Press.

- Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Olivia, Sindi. 2021. “Pengaruh Promosi (Endorser) Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Pambudhi, Angga Bangkit. 2020 “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Di Sports Stasion Rita Supermall Purwokerto”.
- Philip, Kotler and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, Alvin. 2023. “The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas Dengan Harga Terjangkau.” *Info Brand*.
- Putri, Yulia, Ikhbal Akhmad, and Intan Diane Binangkit. 2023. “Pengaruh Brand Image , Celebrity Endorsement , Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk N Produk Skincare the Originote.” *SNEBA , Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi 3*: 1097–1111.
- Rahajeng, Rinta Setyo. 2022. “Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Di Kabupaten Magetan.” *Repository Muhammadiyah University of Ponorogo*.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: UIN SU.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Safitri, Yeni Rahma. 2022. “Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Di MTS Islamiyah Songgon Tahun Pelajaran 2021/2022”.
- Sharon, Filincia, Dkk. 2018. “Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Cafe Di Surabaya.” *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 6, no. 2: 392.
- Shimp, T. A. 2003. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I. Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.

- Syahputra, Dkk. 2023. *Perencanaan Strategi Pemasaran*. Bali: Cv Intelektual Manifes Media.
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Sulaiman, Ismail. 2021. *Pengemasan Dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Sunartini, Sri. 2022. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Supartono. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pasar Batik Trusmi Kabupaten.” *Jurnal Terapan Ilmu Pengetahuan*.
- Supomo, Nur Inrianto dan Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Supranto, J. 2007. *Teknik Sampling Untuk Survei Dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka cipta.
- Susilowati. 2018. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe).” *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2: 72.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Taqiyuddin, Muhammad Rifqi. 2022. “Apakah The Originote Halal Dan Aman? Ternyata Ini Faktanya!”.
- Terence, A. Shimp. 2003. *Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

- Tjiptono, Fandy. 2003. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- . 2001. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Utari, Dewi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. 2022. “Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1: 87–98.
- Virdha Anggun Saputri. 2023. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Persepsi Label Halal, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Kota Madiun).” *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 5: 1–23.
- Wajahara. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Di Kota Ambon”.
- Wibisono, Dermawan. 2013. *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, no. 2: 83–98.
- Wirawan Akbar, and Velda Ardia Murdiana. 2023. “Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian @theoriginote.” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 1, no. 4: 108–124.

