

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, Farah, dan Farida Indriani. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN PERCEIVED BRAND INTER ACTIVITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di Wilayah Jawa Tengah)." *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* 11, no. 6 (2022): 1–11.
- Amalia, Rifa, dan Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. "Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)." *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* 9, no. 2 (6 Desember 2022). <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688>.
- Anas, Ahmad Aulia, dan Tri Sudarwanto. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI EIGER STORE ROYAL PLAZA SURABAYA." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (5 Desember 2020): 953–58. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p953-958>.
- Andrian, S.E., M.M.; Christophorus Indra Wahyu Putra S.E., M.Si.; Jumawan, S.E., M.M.; M. Fadhli Nursal, S.E., M.M., *Perilaku Konsumen*, (Malang, Rena Cipta Mandiri, 2022).
- Aprillia, Wina, Hendra Harmain, dan Nurul Jannah. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Sertifikat Halal Dan Keputusan Pembelian Terhadap Permintaan Produk Hand Body Lotion Citra (Studi Kasus: Pada Masyarakat Kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia)." *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)* 3, no. 1 (2023): 698–706.
- Arumsari, D. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- "Cek Produk - Badan Pengawas Obat dan Makanan RI." Diakses 21 Desember 2023. [https://cekbpom.pom.go.id/search\\_home\\_produk](https://cekbpom.pom.go.id/search_home_produk).
- Devi, Anak Agung Ayu Dita Pradnyasuari, Ni Ketut Seminari, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan Ni Made Rastini. *CELEBRITY ENDORSEMENT, BRAND IMAGE, DAN NIAT BELI KONSUMEN*. CV Pena Persada, 2023.

- Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik)
- Firdausa, Astri Sari. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.” *COSTING : Journal of Economic, Bussines and Accounting* 6, no. 2 (10 Oktober 2023): 2712–19. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5318>.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Haryadi, Ari Rachman, Rayhan Gunaningrat, dan Agus Suyatno. “Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc” 2 (2022).  
<https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> diakses pada, Kamis 19 Oktober 2023 pukul 19.50  
<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> diakses pada, Kamis 19 Oktober 2023 pukul 20.30  
<https://www.instagram.com/dukcapil.kabkediri/p/Cvg5Y0fSoHQ/> diakses pada Rabu 15 mei 2024  
<https://www.instagram.com/p/Cvg5FtaSwtf/> diakses pada Rabu 15 mei
- Immanuel, Dewi Mustikasari. “Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (30 November 2020). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4451>.
- Isman, Nurhasia, Zainal Ruma, dan Tenri Sayu Puspitaningsih Dipoatmodjo. “PENGARUH LABELISASI HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).” *Jurnal Manajemen* 2, no. 2 (27 Februari 2023): 70. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.35505>.
- Karina, Mercia, Nabila Salsa Bila, Risa Primantari, Juki Danis Tara, Alya Fitri Rahmawati, Nova Wisnu Murti, Muhammad Andre Qintara, dkk. *Gen Z Insights: Perspective on Education*. Kota Surakarta: UNISRI Press, 2021. [https://press.unisri.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/A5\\_FULL-Gen-Z-Insight-Esai-Mahasiswa.pdf](https://press.unisri.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/A5_FULL-Gen-Z-Insight-Esai-Mahasiswa.pdf).

- Kementrian Agama Republik Indonesia (2017), Al-Qahira Mushaf Terjemah Tajwid Warna, (UD. Nur Ilmu Kapas Madya 4-F Kel. Kapas Madya Baru Kec. Tambak Sari, Surabaya
- Khofifah, Siti, dan Agus Supriyanto. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal.” *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi* 15, no. 1 (8 Juni 2022): 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. In Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Lalu M. Syamsul Arifin (2023), *Filsafat Positivisme Aguste Comt dan Relevansinya Dengan Ilmu-Ilmu Keislaman*, Jurnal Interaktif Universitas Brawijaya: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Vol. 15 No. 2
- Latief, Rusman. *Word of mouth communication: penjualan produk*. Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Lesmana, R. dan S, D, Ayu. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 2 No. 3: 59-72
- Lorinda, Ivanka Prisca, dan Amron Amron. “Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Sidomuncul Di Kota Semarang.” *MBIA* 22, no. 1 (3 Mei 2023): 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>.
- Lutfi Nur Azizah dan Siswahyudianto, "STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA TOKO ONLINE SHOP NYEMIL CEMIL TULUNGAGUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN". *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol 3 No 1 (Agustus 2022), 178-186
- Majid, Sovia, dan Achmad Manshur Ali Suyanto. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc.” *e-Proceeding of Management* 10, no. 5 (2023): 2355–9357.
- Marcella, Icha, M. Fadhli Nursal, dan Dewi Sri Wulandari. “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI

SKINCARE SOMETHINC DI KOTA BEKASI.” *JURNAL ECONOMINA* 2, no. 10 (11 Oktober 2023): 2775–90. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.903>.

Majelis Ulama Indonesia, (2003), Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia, Departemen Agama RI, Jakarta

MH, Dr Abdurrahman Konoras, SH. *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen - Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada, 2021.

M.M, Komang Yoga Ade Candra, S. E., dan Prof Dr Ni Nyoman Kerti Yasa M.S S. E. *EVENT MARKETING, E-WOM, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI: Konsep dan Aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023.

Mujahid, Ahmad. “LABELISASI HALAL, HARGA DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH.” *Jurnal Ekonomi* 6, no. 2 (Agustus 2016). <http://jurnal.stiemuhcilacap.ac.id/index.php/je511/article/view/23>.

Murni, Seri, dan Nurul Fajrina. “PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN RINGAN.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 8, no. 2 (2021).

Nursal, M. Fadhli, Muhammad Richo Rianto, Heni Rohaeni, dan Farhan Saputra. “Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Bekasi.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital* 1, no. 3 (8 Juli 2023): 111–18. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i3.55>.

paperblog. “Somethinc, Merek Kosmetik yang Mengguncang Pasar Indonesia.” *Paper.id | Informasi Terbaru Seputar Bisnis dan Akuntansi* (blog), 23 Agustus 2022. <https://www.paper.id/blog/berita-acara-umkm/somethinc-produk-kosmetik-ternama-yang-mengguncang-pasar-indonesia/>.

“Pencarian Data | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.” Diakses 21 Desember 2023. [https://bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama\\_produk=somethinc&nama\\_pelaku\\_usaha=&no\\_sertifikat=&page=1](https://bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama_produk=somethinc&nama_pelaku_usaha=&no_sertifikat=&page=1).

Pratiwi, Dinda Noer, dan Ana Noor Andriana. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum” 5, no. 1 (2023).

- “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 5, no. 1 (15 Agustus 2023): 132–40. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3885>.
- Prayoga, I. Komang Wiramas, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN PURCHASE INTENTION : Konsep dan Studi Kasus Pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. CV Pena Persada, 2023.
- Priangani, Ade. “MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL.” *Jurnal Kebangsaan* 2, no. 4 (7 Agustus 2023): 1–9.
- Putra, Chandra Ananta, Johnny Tanamal, dan Rahmat Mubaraq. “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DISTRO BATTLEBOOM PALU.” *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO* 1, no. 3 (2015): 241–52.
- Rohman, Muhammad, dan Diesyana Ajeng Pramesti. “Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19.” *Borobudur Management Review* 2, no. 2 (11 Agustus 2022): 190–205. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6933>.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Sa’diyah, Halimatus, dan Elok Fitriani Rafikasari. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening The Effect Of Halal Labelization, Brand Image And Information Quality On Purchase Decisions For Scarlett Whitening Products.” *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin* 5, no. 1 (2022): 129–36.
- Salsabila, Syifa, dan Mahir Pradana. “Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di E-Commerce Shopee.” *e-Proceeding of Management* 10, no. 4 (2023): 2424–33.
- Schiffman., & Kanuk. (2007). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, Edisi Ketujuh, New York: McGrawHill.

- Shimp T. A. (2003). *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Sipahutar, Anathasya Wira Gusti Rani, Enda Yunita Surbakti, dan Annalisa Sonaria Hasibuan. “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC (STUDI KASUS KASUS MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MEDAN).” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 5, no. 1 (31 Oktober 2023): 93–99. <https://doi.org/10.32500/jebe.v5i1.5645>.
- Subagyono, Bambang Sugeng Ariadi, Fiska Silvia, Zahry Vandawati Chumaida, Trisadini Prasastinah Usanti, dan Indira Retno Aryatie. *PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM ATAS PRODUK HALAL*. Jakad Media Publishing, 2020.
- Sulindra, Azzahra Nasyatra, Ariana Widya Ningsih, Ariyo Wibowo, dan Erwin Permana. “Pemanfaatan Influencer Produk Somethinc Dalam Strategi Digital Marketing di Kalangan Masyarakat.” *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)* 3, no. 2 (2022). <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>.
- Susanto, A. B., dan Himawan Wijarnako. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Pustaka, 2004.
- Tantrabundit, P. (2019). *Influence of Online Review and Rating System towards Universitas Negeri Padang Atas kartu Perdana IM3*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, (1), 1–9.
- Widiantika, Dwi Nur, dan R A Marlien. “Seberapa Penting Pengaruh Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Skincare Somethinc di Kota Semarang,” t.t.