

## DAFTAR PUSTAKA

- A. N, Sadrabadi., M. K, Saraji., dan M. Monshizadeh. 2018. *Evaluating the Role of Duta merek in Social Media. Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour.*
- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, 2009, Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Aisyah, Ratri Amelia. “Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Universitas Muhammadiyah Surabaya.” *Business and Finance Journal* 2, no. 1 (2017): 29–43. doi:10.33086/bfj.v2i1.464.
- Akhmad Fauzy. 2008. *Statistik Industri*. Jakarta: Erlangga
- Almansyah, et.al, “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Kolaka.” *Jurnal Riset Manajemen* no. 1 (2023): 1–11
- Amalia, Happy Amanda. 2021. *Somethinc* Dampingi Reseller Memperkuat Kepercayaan Konsumen, dalam <https://investor.id/lifestyle/276114/Somethincdampingi-reseller-memperkuat-kepercayaan-konsumen>, diakses 21 April 2024
- Amalia, W. T., & Riva'i, A. R. 2022. Pengaruh Duta merek, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu dan Manajemen*, 10(34), 1227-1236.
- Amanah, Rakhmania Hemas. “Pengaruh Kepribadian merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kosmetik *Somethinc*.” *Komversal* 4, no. 2 (2022): 148–63. doi:10.38204/komversal.v4i2.1027.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Anshori Muslich, Sri Iswati. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP).
- Arfah Yeni, 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Asrizal, dan Muhammad. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota

Medan). Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia 1

Badi'ah, Reni Zahrotul, Maslichah Maslichah, and Dewi Diah Fakhriyah. "Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Self-Identity, Halal Awareness, Dan Duta merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Penduduk Wanita Di Desa Raci Tengah, Kec Sidayu, Kab Gresik)." *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 4, no. 1 (2023).

Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Bogor: Guepedia.

Duli Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

F. Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Bandung : CV Yrama Widya.

Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen "Implikasi Pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, S., Maulana, N., Hidayanti, A., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kepribadian merek Terhadap Purchase Decision Smartphone Dimediasi Brand Trust. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 118-131.

Hanum, Zubaidah, and Sahral Hidayat. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan." *Jurnal Bisnis Administrasi* 6, no. 1 (2017): 37–43.

Ilaisyah, Hamidah Lailanur, and Raya Sulistyowati. "Pengaruh Duta merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN 2337-6078* 8, no. 3 (2020): 904–10. doi:<https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p904-910>.

Indita, H. 2022. Mempertanyakan Maraknya Wajah Korea Sebagai Duta merek Brand Lokal", CXO Media, 21 March. Available at: <https://www.cxomedia.id/general-knowledge/20220321013042-55-174213/mempertanyakan-maraknya-wajah-korea-sebagai-brand-ambassadorbrand-lokal>, diakses pada 29 April 2024

Kasman, & Amirulmukminin. (2021). Pengaruh Kepribadian merek Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Busana Az-Zahra Kabupaten Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1375-1380.

- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan* (Jakarta: Lajananah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019).
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-qur'an dan Terjemahannya*.
- Lemeshow Stanley, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Lia Greenwood. 2012. *Fashion Marketing Communications*, USA : Wiley
- Linda Hasibuan. "Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi" dalam <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/>, diakses 13 September 2023.
- Machali, Imam. 2015. *Statistik itu Mudah: Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik*, Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Mansur Chadi Mursid dan Andita Dwi Palupiningtyas. 2022. *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*
- Martono Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Maulida, Chairunnisa Nurul, and Arina Dieni Kamila. "Pengaruh K-Pop Duta merek Terhadap Loyalitas Konsumen." *Kinesik* 8, no. 2 (2021): 137–45. doi:10.22487/ejk.v8i2.154.
- Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan." *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1, no. 1 (2019): 194–99. doi:https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594.
- Nurfadila, Nurfadila, Edi Putra Berutu, and Jenny Sari Tarigan. "Pengaruh Halal Kepribadian merek, Religiosity Dan Life Style Terhadap Purchase Decision Produk Kosmetik Wardah." *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022* 3, no. 1 (2022): 94–105. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/915>.
- Nurnaningtias, Meiliana, and Muhammad Aswad. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Duta merek Terhadap Keputusan Pebelian Mie Instan Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2022): 29–43.

- Philip Kotler dan Amstrong. 2010. *Prinseples Of Marketing*, Edisi 13; England: Pearson.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. 1997. *Manajemen Pemasaran* (13, ed.). Erlangga
- Probosini, D. A., Nurdin Hidayat, & Muhammad Yusuf. “Pengaruh Promosi, Duta merek terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan - JBMK*, vol. 2 no. 2, (2021), <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/268>.
- Purnamasari, T. I. (2005). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia” . *Jurnal Istimbath*, 3(2), 48.
- Purwanto, Yunita dan Wilma Laura Sahetapy. 2022. Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare *Somethinc*, Agora Vol. 10, No. 1.
- Putri, C. N. 2021. Mengenal Irene Ursula, Perempuan di Balik Kesuksesan Produk Kecantikan Lokal *Somethinc*. <https://www.kompas.com/parapuan/perempuandi-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinread/532665005/mengenalirene-ursula> di akses 12 Februari 2024.
- R. Ratika Zahra, Nofha Rina. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. (*Jurnal Lontar*. Vol. 6. No.1).
- Rakhi, Hayet. “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak.” *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019): 21–38. doi:10.32678/ije.v10i1.119.
- Rambe, Yuli Mutiah, dan Syaad Afifuddin. 2012. Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan). *Jurnal: Ekonomi dan Keuangan* (Universitas Sumatra Utara), Vol 1.
- Riky Soleman. 2023. *Ekonomi Halal Konsep Dasar*. Pengembangan Produk Industri Halal, Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Sagia, Ayu, and Syafrizal Helmi Situmorang. “Pengaruh Duta merek, Kepribadian merek Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2018): 286–98. doi:10.31843/jmbi.v5i2.168.

- Sari, Rissa Mustika, dan Prihartono, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, vol. 1. 5 no. 3, (2021), 1171 – 1184
- Shilla Shaliya, and Mazaya Rizy Safira. “Pengaruh Duta merek Dan Kepribadian merek Terhadap Brand Image Produk *Somethinc*.” *Bandung Conference Series: Communication Management* 3, no. 3 (2023): 1083–1100. doi:10.29313/bcscm.v3i3.9621.
- Siswoyo Haryono. 2020. *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen*. Yogyakarta: LP3M UMY Universitas Muhammadiyah.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. AlfaBeta.
- Sunyoto, Danang, 2010, *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suprianto, Kurniawansyah, & Fikri , M. (2019). Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Perilaku. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 182-192.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2(1), 45-50. doi:http://dx.doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006
- Syofian Siregar, 2014, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Tiara. 6 Merek Skincare Hits Lokal Indonesia Yang Bersertifikat Halal MUI, Have halal will travel, dalam <https://www.havehalalwilltravel.com/skincare-halal-lokal-indonesia>, diakses 21 April 2024
- Wijaya Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiratna Sujarweni, 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Wulandari, Citra. “Pengaruh Duta merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda.” *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman* 3, no. 4 (2019): 1–15. doi:https://doi.org/10.29264/jimm.v3i4.2376.
- Yosiana, S. K. (2023, Desember 15). Retrieved from

<https://www.kompasiana.com/sastikristin9055/657c629ac57afb5195418a94/keunggulan-produk-somethinc-menjadi-top-brand>

Yusup, Febrianawati. 2018. "Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif". *Jurnal Tarbiyah*, Vol. 7 No.1.