

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, Neri, Mohammad Sihab Ridwan, and Endah Budiarti. "The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City." *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 8, no. 3 (2021): 496–507. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>.
- Agustian, Eri, and Sujana. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, no. 2 (2013): 169–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.264>.
- Agustina, Risky Mulya, Nasrul Efendi, and Anto Tulim. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa/i Kota Medan." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 14, no. 1 (2024): 90–100. <https://doi.org/10.55601/jwem.v14i1.1221>.
- Amalia, Laily Riski. "Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare." Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.
- Amanda, Siti Nabillah Suci, Ayuni, and Ajat Sudrajat. "Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 12 (2023): 505–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8079950>.
- Amelia, Regina Dwi, Michael, and Muhammad Rachman Mulyandi. "Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 2 (2021): 274–80. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>.
- Ananda, Rusydi, Muhammad Fadhli, and Syarbaini Saleh. *Statistik Pendidikan Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita, 2018.
- Andini, Nabila Suci. *Sunscreen Facetology Terus Bersinar, Menempati Posisi Kedua Sebagai Sunscreen Terlaris Dengan Penjualan Rp50 Miliar Di 2024*, 2023. <https://compas.co.id>.
- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.

- Anindita, Nabilla. “Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Gawasta (Studi Kasus Pada Toko Perhiasan Gawasta DiMadiun).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 10, no. 2 (2022): 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/8152>.
- Apriyani, Siska, and Hapzi Ali. “Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Z.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital* 2, no. 3 (2024): 163–73. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>.
- Apriani, Serli, and Khairul Bahrin. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline.” *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)* 2, no. 1 (2021): 14–25. <https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>.
- Ariga, Wahyu. “Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over Di Kota Banda Aceh Menurut Prespektif Ekonomi Syariah.” Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Bancis, John Budiman. *Citra Merek Dan Word of Mouth: Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina*. Surabaya: CV. Jagad Media Publishing, 2021.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, and Khairul Fazrin. “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 (2017): 729–39. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Faiza, Elyana Nur, Ayun Maduwinarti, and Ute Chairuz M Nasution. “Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Pada Mahasiswa Di Surabaya.” *Neraca Manajemen Ekonomi* 6, no. 6 (2024): 131–40. <https://doi.org/10.8734/musytari.v6i6.4500>.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaanya*, n.d.

- Fatya, Atala Cindy, Desfita Umari Ramadhanti, and Rayhan Gunaningrat. "Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare 'Skintific.'" *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 1 (2024): 265–82. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>.
- Febri, Ian, Ambar Lukitaningsih, and Bernadetta Diansepti Maharani. "Respon Konsumen Pada E-Service Quality Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee." *Management Development and Applied Research Journal* 1, no. 1 (2021): 98–105. <https://doi.org/10.31605/mandar.v4i1.1315>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grafindo, 2000.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2023.
- Hartini. *Pengantar Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Hartono. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika Dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Hidayat, M. Taufik, and Fitriani Nur Utami. "Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Pada Generasi Millenial Di Indonesia." *E-Proceeding of Management* 9, no. 1 (2022): 61–74. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17422>.
- Ilmi, Agne Nabilah, and Aditya Wardhana. "Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 4 (2024): 4644–56. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1025>.
- Imani, Arlisa Nurul, Suadi Sapta Putra, and Kumba Digdowiseiso. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 1 (2023): 2537–48. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8174>.
- Indonesia, Kementerian Agama Republik. *Al-Qur`anulkarim, Tajwid, Terjemah, Dan Transliterasi Latin Per Kata*. Bandung: PT Dinamika Cahaya Pustaka, 2019.

- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Data Mahasiswa FEBI*. Tulungagung: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, n.d.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Jusdiendar, Akka Latifah, Fifian Permata Sari, Anggraeny Paridy, Lilis Siti Badriah, and Degdo Suprayitno. *Statistik Ekonomi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Khatifa, Husnul. “Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Dengan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian.” Skripsi. Institut Agama Islam Curup, 2024.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2008.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- . *Marketing Management, 15th Ed*. New York: Pearson Education, 2016.
- Lackermair, Georg. *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*. Germany: Munich University, 2013.
- Manik, Tasya Sartika Br., Alif Wira Dhika, and Nursiah Fitri. “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Ms Glow.” *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 9*, no. 1 (2022): 122–34. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/856>.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Mutmainna, Nur, Siti Hasbiah, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Chalid Imran Musa, and Ilma Wulansari Hasdiansa. “(Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok).” *Journal of Information System Management and Digital Business (JISMDB)* 1, no. 2 (2024): 255–68. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.394>.
- Narbuko, Cholid. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

- Nurfadillah, Risma, and Riski Wahyuning Damayanti. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2024): 150–64. <https://doi.org/10.62017/jemb>.
- Nurhayati, Siti. "Pengaruh Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang." *Jurnam Manajemen* 6, no. 2 (2022): 620–30. <https://e-journal.unmuhkupang.ac.id/index.php/jm/article/download/883/505>.
- Nurlela, Muhammad Arfah Pettenreng, and Abdul Haris Hamid. *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa: Pusaka Almaida, 2021.
- Oesman, Yevis Marty. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, Dan Cotumer Dependency*,. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Pasaribu, Aisyah Fitri, Tri Inda Fadhila Rahma, and Budi Dharma. "Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa." *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 10, no. 2 (2023): 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>.
- Pradana, Memet, Ida Anggriani, and Abdul Rahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada LPK Barokah Kota Bengkulu." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2023): 571–80. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3186>.
- Pratama, Carolina Algista Zahra, Reni Shinta Dewi, and Andi Wijayanto. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2022): 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>.
- Prawirosentono, Suryadi. *Penghantar Bisnis Moderen*. Jakarta: Bumi Angkasa, 2002.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Puspita, Dita Feby, Cicik Harini, and Dyah Kirana Jalantina. "Pengaruh Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Journal of Management* 8, no. 2 (2022). <https://doi.org/https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1939>.

- Rahmawati, Heti, and Wina Driyan Pradana. "Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik: Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Celebrity Endorsment Di DIY." *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 4 (2024): 366–80. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>.
- Rasyid, Fathor. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif; Teori, Metode, Dan Praktek*. Kediri: IAIN Kediri Press, 2022.
- RI, Kementerian Agama. *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Bandung: Aisyah, 2019.
- Rizky, Monica, and Giarti Slamet. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Wardah Di Kartasura." *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta* 20, no. 2 (2022): 137–44. <http://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smooting/article/view/900>.
- Rohmatin, Salwa Alfa, and Citra Mulya Sari. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kecil Dan Menengah Nugraha Food Tulungagung." *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, no. 5 (2022): 640–53. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i5.814>.
- Safitri, Novi Angga. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: K-Media, 2023.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000.
- Saputri, Elfia Vindi, and Heny Sidanti. "Pengaruh Label Halal, Bahan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea(Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4 (2022): 1–18. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3349>.
- Sari, Lisna Novita. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pemebelian Produk Wardah Exclusive Lip Cream Matte Di Toko Obat Dumai 88." *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 1–17. <https://doi.org/10.57113/his.v2i1.23>.
- Sari, Sinta Lidia, Fima Fatihatul Makiyah, and Syamsul Hidayat. "Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dan Azarine Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2024): 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.895>.
- Sholeha, Nadinda Alisya Hapsari. "Analisis Media Monitoring Brand Facetology Pada Bulan Maret-April 2024 Menggunakan Analysis Tools Brand24." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 5 (2024): 537–46. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11515203>.

- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016.
- Sudirman, Indrianty, and Muhammad Ichwan Musa. *Strategi Pemasaran*. Makassar: Penerbit Intelektual Karya Nusantara, 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 25.0*. Jakarta: PT Prestasi Pustaka, 2009.
- Swastha, Basu, and Irawa. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Syakira, Syifa Nisrina, and Nadya Novandriana Karina Moeliono Moeliono. “Pengaruh Online Customer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks.” *E-Proceeding of Management* 6, no. 2 (2019). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9590>.
- Toji, Emili Martines, and Inda Sukati. “Pengaruh Online Customer Review, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop.” *Economics and Digital Business Review* 5, no. 2 (2024): 675–88. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1233>.
- Uliya, Zahrotul, Trian Zulhadi, and Mahyarni. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.” *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking* 1, no. 2 (2023): 106–14. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/MONEY/article/view/10588>.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Wahyurini, Sonia Cipta, and Nurvita Trianasari. “Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 1 (2020): 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.

- Wajdi, Farid. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Widaningrum, Anisa. “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Digital, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Produk Somethinc Di Yogyakarta.” Skripsi. Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Zahro, Lilis Aliyatuz, and Mila Haryani. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk DRW Skincare.” *Jurnal Investasi Islam* 5, no. 1 (2024): 637–47. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/investi/>.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2016.