

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Lilik. 2017. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Daerah Lampung. *Skripsi Program Studi Strata 1 Manajemen*. Universitas Lampung
- Cooper, Donal R. dan Emory, William. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*, alih bahasa Widyono Soecipto dan Uka Wikarya, Jilid 11, Jakarta: Erlangga.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Quran dan Terjemahannya*. IKAPI,Bandung:Diponegoro.
- Faadhilah, Fauz Novia. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan *Beauty Vlogger* Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Studi Kasus Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 7, No. 1: 133-142
- Febriana, Mitha dan Yulianto Edy. 2018. Pengaruh *Online consumer review* oleh beauty vlogger terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 58, No. 1:1-9
- Haryanti, Desy. 2017. Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas *Celebrity Endorser* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik L'oréal. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hutapea. 2016. Pengaruh Beauty Vlogger Dan Brand Image Survei Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Endorser Terhadap Brand Image Produk The Body Shop. *Skripsi*. Departemen Ilmu Komunikasi. Universitas Gajah Mada
- John C. Mowen, & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid II Edis Bahasa Indonesia.. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kerlinger, F. N & Lee, H. B. 1973. *Foundation of Behavioral Research*. Victoria: Thomson Learning
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Edisi12 jilid1.Erlangga:Jakarta
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi13 jilid 1. Erlangga:Jakarta
- L.G. Schiffman dan L.L.Kanuk. 2007. *Consumers Behaviour*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta: Jakarta
- Muhammad. 2004. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Mustika, Winda Febri. 2017. Gambaran Pengambilan Keputusan Remaja dalam Perilaku Belanja Online.*Jurnal Psikologi Udayana*. Vol. 4, No. 2: 379-389

- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media: Jakarta
- Pangestu, Suci Dewi dan Sri Suryoko. 2016. Pengaruh Gaya Hidup (*LifeStyle*) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 5, No. 1:63-70
- Priyatno, Duwi. (2009). "*SPSS untuk Analisa Korelasi, Regresi, dan Multivariate*". Yogyakarta: Gava Media
- Rachmah, Tasha. 2018. Pengaruh Beauty Influencer Review Pada Youtube Terhadap keputusan pembelian Konsumen Wardah. *Skripsi Program Studi Strata I Manajemen*. Universitas Bakrie.
- Rafita, Helsy Zella. 2017. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Skripsi Program Ekonomi Syariah*. UIN Raden Intan Lampung.
- Rahman, Arif. 2019. *Make Your Story Metter*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sarashadi, Ginsan dan S.D. Amina. 2018. Pengaruh Penggunaan *Vlogger Endorser* Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis & Manajeme*. Vol. 18, No. 1: 41 -52
- Sari, Fenti Mayan, Andi Makhrian dan Khairil Buldani. 2018. Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Professional FIS UNIVED*. Vol. 5, No. 1: 26-31
- Sarjono, H. dan Winda J. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat: Jakarta
- Silsilia, O. Umboh., A. Tumbel., D. Soepeno. 2015. Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No.1:1096-1105
- Silvya L. Mandey. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Lifestyle (AIO)*. Vol. 6, No. 1:92-100.
- Sinaga, Rumandong Eliza Maria dan Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampak terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 63, No. 1:187-196
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA: Bandung
- Susanto, AB dan Himawan Widjanarko. 2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Tafjirah, Husnul. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC Studi Kasus Pada KFC Hertasning di Kota Makassar. *Skripsi Program Studi Ekonomi Islam*. UIN Alauddin Makassar.
- Tarigan, Dewi Eka Setia. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3, No. 1: 47 - 61

Tri, Novi Haryanti dan Alexander Wirapraja. 2018. Pengaruh *Influencer Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*. Vol. 15, No. 1: 133-146

Tri Widodo. 2015 . Pengaruh Labelisasi Halal dan harga Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Produk Indomi. *Skripsi Program Ilmu Ekonomi Manajemen*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Usman,H., dan R. Purnomo Setiady Akbar. 2000. *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara: Jakarta

Wahyu, B Utami. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli. *Skripsi Program Ilmu Komunikasi*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunkasi dan Pemasaran*. ALFABETA: Bandung

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Kosumen Teori dan Praktik*. Pustaka Setia: Bandung

### **Website**

<http://main.media-ide.com/2010/11/19/apa-itu-influencer/> Diakses 18 Januari 2019.

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. Diakses 18 Januari 2019.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180803/257/824056/konsumsi-kosmetik-halal-meningkat-industri-tumbuh-74-persen>

<https://femaledaily.com>. Diakses 18 Januari 2019.

<https://www.suara.com/health/2018/11/14/123047/bpom-rilis-ratusan-merek-kosmetik-berbahaya-ini-daftarnya>. Diakses 18 Januari 2019.

<http://menara62.com/2017/03/16/perkembangan-teknologi-informasi-ubah-perilaku-konsumen/>. Diakses Diakses pada 7 Maret 2019

<http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>. Diakses pada 7 Maret 2019

[www.halalmui.org](http://www.halalmui.org) . Diakses 18 Januari 2019.

[www.pom.go.id](http://www.pom.go.id). Diakses 7 Maret 2019.