

DAFTAR PUSTAKA

- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia*. AMAR (Andalas Management Review), 4(2), 16-31.
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)* (W. Kurniawan (ed.); satu). CV. Pena Persada.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 3(2), 242-253.
- Auliya, Z. F., & Na'iim, J. A. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Label Halal, dan Country Of Origin terhadap Minat Beli*. Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik), 13(3).
- Beauty Tips Marcks' - Beauty Tips*. Available at: https://www.marckscosmetic.co.id/beauty_tips/readmore/Ketahui-Kandungan-Bedak-Marcks-yang-Mampu-Atasi-Jerawatmu-Secara-Alami (Accessed: January 8, 2023).
- Cantika, K. G. D., & Suci, N. M. (2021). *Pengujian Theory of Planned Behavior Dalam Memprediksi Niat Polisi Menggunakan Sitem Penilaian Kinerja Online Pada Polsek Seririt Kabupaten Buleleng*. Bisma: Jurnal Manajemen, 7(1), 39-47.
- Cicilia, M. (2022) *Mengenal "loose powder", Manfaat Dan Cara Pakainya*, Antara News. ANTARA. Available at: <https://www.antaraneews.com/berita/2778917/mengenal-loose-powder-manfaat-dan-cara-pakainya> (Accessed: January 4, 2023).
- Fadlullah, A. K., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. (2021). *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Food Ingredients, Advertising and Purchase Interest on The Decision to Buy "Samyang Noodles" (Study on Universities Students in Malang City)*. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, 24(2), 107-113.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki*. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 9(2), 104-113.

- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). *Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan*. *Agriscience*, 3(1), 164-178.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Harahap, A. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)*. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, 5(2).
- Hidayah, A., Bagus, F., Ikhsani, M. M., & Endratno, H. (2021). *Effect of Word of Mouth, Perception of Quality and Use oh Technology On Decisions of Application-Based Transportation Users (Study on Muslimah Community in Purwokerto)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 994-998.
- Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). *Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah*. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 12(1), 65-76.
- Ini Sebab bedak Marck's Banyak Direkomendasikan Buat Kulit Berjerawat* (2018) *merdeka.com*. Available at: <https://www.merdeka.com/gaya/ini-sebab-bedak-marcks-banyak-direkomendasikan-buat-kulit-berjerawat.html> (Accessed: January 4, 2023).
- Izzuddin, A. (2018). *Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner*. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kholil, A. W. A., Fawa'id, M. W., & Hidayah, L. (2021). *Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a di Kecamatan Kepung Kediri(The Influence of Price and Halal Labels on The Interest of Buying Naf'a Bread in Kepung Kediri)*. *Qawanin: Journal of Economic Syaria Law*, 5(1), 67-82.
- Kurniaputri, M. R. (2020). *Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450-458.

- Mariam, A., & Nopianti, N. (2022). *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis)*. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 2627-2633.
- Nugraha, N., Salim, E., Mary, H., Zefriyeni, Z., & Lusiana, L. (2020). *Kualitas Produk, Word of Mouth dan Minat Beli dalam Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 81-88.
- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). *Pengaruh Corporate Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri*. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 249-264.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA cv
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). *Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk "Le Minerale"*. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266-284.
- Rahmani, R. R., & Tresnati, R. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli*. *Prosiding Manajemen*, 667-671.
- Retnani, A. P., & Handayani, C. M. S. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Sidoarjo*. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 577-586.
- Rattu, R. M. M., Mandey, S., & Kawet, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Laptop Pada Toko Gamers Gear Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1476-1485.
- Sangadji, Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022, October). *Pengaruh Label Halal, Bahan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)*. *In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4)*.

- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 2(1), 45-53.
- Sholiqah, N., & Fikriyah, K. (2022). *Pengaruh Online Consumer Review Influencer Tiktok dan Label Halal terhadap Minat Beli*. JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen, 2(2), 2412-2431.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suryowati, B., & Nurhasanah, N. (2020). *Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas dan Minat Beli Produk Kosmetik halal*. Kompleksitas Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis, 9(01), 11-20.
- Tambunan, E., & MM, S. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan*. Jurnal Ilmiah Integritas, 5(1).
- Temaja, G. A., & Yasa, N. N. K. (2019). *The Influence of Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud)*. International Journal of Business Management and Economic Research, 10(2), 1552-1560.
- Top brand index C (2022) Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award*. Available at: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (Accessed: January 4, 2023).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyaningrum, P. W. (2019). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai mediasi*. CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 74–97.