

DAFTAR PUSTAKA

- Adri Maulana Putra, Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Malang), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Aekram Faisal, “*Pengaruh Brand Credibility Terhadap Information Efficiency Dan Risk Reduction, Serta Dampaknya Atas Repurchase Intention*”, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.8.No.1 Tahun 2015
- Akbar Asfihan, “ *Instagram Adalah: Sejarah, Fungsi Dan Keistimewaan Instagram*” July 6, 2021.
<https://adalah.co.id/instagram/>
- Al Quran, Al Maidah Ayat 88, Al Quran Dan Terjemahannya (Bandung: Anggota IKAPI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al Quran, 2014),123
- Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia.*
- Annisa Mangole. “*Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop di Instagram terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslim dalam Sudut Pandang Syariah Marketing (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga)*” , Tasamuh: Jurnal Studi Islam, Vol.11.No.1,2019
- Ardelia Supriono, “*Pengaruh brand credibility dan brand prestige terhadap persepsi kualitas dan minat beli (Survei pada konsumen kosmetik merek Chanel)*”, Jurnal Administrasi Bisnis , Vol.50.No.3,2017
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*”, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol.3, No. 1, 2012
- Basuki Dan Panji Dwi Ashrianto, “*Implikasi Integrated Marketing Communications Vasektomi Dalam Upaya Peningkatan Akseptor Kb Pria Lestari*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.17.No.3, Desember 2019
- Cahya Indra, “*5 Media Sosial Terpopuler di Dunia, Anda Pakai Yang Mana?*” September 12, 2021.
<https://www.merdeka.com/teknologi/5-media-sosial-terpopuler-di-dunia-anda-pakai-yang-mana.html>

- Databok, “Media sosial paling populer”, dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/25>, Di akses pada 18 Agustus Pukul 09:00 WIB
- Dewi Kurniawati Nugraha Arifin “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”. Jurnal Simbolika, Vol.1.No.2,2015
- Dewi Respati Yana,” Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Credibility dan Brand Equity Pada Online Shop (Study Pada Online Shop Vanilla Hijab Indonesia)”, Ekonomi Bisnis, Vol.22.No.2, Oktober 2017
- Diana Pasek, “Metodologi Penelitian Hukum Normatif” (Jakarta: Prenada Media, 2017)
- Drs. Cholid Narbuko, Drs H.Abu Achmadi, “Metodologi Penelitian”, (Jakarta: PT.Bumi.Aksara),
- Drs. H.Moh Pandu Tika M.M, Metodologi Riset Bisnis
- Duwi Priyatno, “Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20”, (Yogyakarta : Andi Offset,2012.
- Dyah siska liliana, Wawancara oleh penulis, 11 Mei 2020
- Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial”, The Messenger, Vol.III.No.1, Juli 2011
- Fauziah Ninda, “ Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan”, Jurnal Image, Vol.8.No.1, April 2019
- Gevin Sepria Harly dan Damayanti Octavia,” Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh)”, Jurnal Manajemen Indonesia, Vol.14.No.2, Agustus 2014
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, “Syariah Marketing”, (Bandung: Mizan Pustaka, 2008)
- Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001)
- Irmayani Syafitri,”Pengertian Facebook Beserta Sejarah Dan Manfaat Facebook Yang Jarang Diketahui Orang” September 14, 2019.
<https://www.nesabamedia.com/pengertian-facebook/>
- Johan Arifin, “Fiqih Perlindungan Konsumen”, (Semarang: Rasail, 2007)

- Juliansyah Noor, “*Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi dan Karya Ilmiah*”, (Jakarta: Kencana, 2011)
- Jumriansyah,” *Peran Komunikasi Tenaga Penyuluhan Lapangan Dalam Budidaya Ikan Di Keramba Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu*” E-Journal Ilmu Komunikasi, Vol.4.No.1, 2016
- Kaidah ke-50: “*Hukum Asal Muamalah adalah Halal Kecuali Ada Dalil yang Mengharamkannya*”, dalam <https://almanhaj.or.id/4319>, diakses pada 16 Maret 2020 pukul 9.24 WIB.
- Karundeng Nikita, “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat*”: Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.8.No.2.2019.
- Kasiran, “*Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*” (Malang:UIN-MALIKI PRESS, 2008),
- Kasmarini Baharuddin, Norliya, dkk “*Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs*”, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 5, No. 2 (Februari, 2015)
- M. Nazar Nurrahman, Dr.Taqwaddin, S.H,S.E,M.S,” *Komunikasi Kelompok Dalam Membentuk Karakter Siswa (Studi Pada Siswa Kelas X Sma Negeri 4 Dki Jakarta Banda Aceh)*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah,Vol.5.No.4, Juli 2019
- Maghfiroh Firdausi yang berjudul “*pengaruh celebrity endorsement terhadap minat beli dengan brand credibility sebagai variabel intervening (studi kasus pengguna smartphone OPPO di kota malang)*”, (Skripsi, Malang, 2020)
- Mahmudi Bin Syamsul Arifin, “*Endorsement dalam islam*”, (Tesis, Sunan Ampel Surabaya, Surabaya,2018)
- Marzuki, *Metodologi Riset*, Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial
- Masruki, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*” (Kudus: Media Ilmu Pres, 2009)
- Medinna Gita Dan Imanuddin Hasbi, “*Pengaruh Brand Credibility, Brand Personality, Dan Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image*

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung)*”, Menara Ekonomi, Vol.VI.No.1, April 2020
- Ms Glow Official, “ Tentang Ms Glow”, https://www.ms Glowid.com/Website/Halaman/about_us, Di akses pada Tanggal 6 Maret Pukul 19:00 WIB.
- Muchsin Muthohar dan Amin Ramadhan Triatmaja, “*Pengaruh Endorser Ulama terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen*”, Jurnal Bisnis dan Ekonomi,(Maret, 2013)
- Muhammad, “*Etika Bisnis Islam*”, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004)
- Nanang Martono, “*Metode penelitian kuantitatif*” (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi, 2011)
- Nimda, “*Apa Itu Media Sosial*”, Maret 1, 2012. <http://Www.Unpas.Ac.Id/Apa-Itu-Sosial-Media/>
- Novi Aditya Sari ”*Endorsement sebagai Trend Media Pemasaran dalam Perspektif Islam*”. Karya Tulis Ilmiah, (2015)
- Penipuan dan Pengelabuan dalam Jual Beli*, dalam <https://rumaysho.com/7154>, diakses pada 31 januari2021 pukul 09.55 WIB
- Said Luthfi Alatas Dan Mirza Tabrani, “*Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility*”, Jurnal Manajemen dan Inovasi, Vol.9.No.1, Februari 2018
- Saparso dan Dian Iestari. “*Peran Endorser Terhadap Brand Image Dari Sudut Pandang Konsumen*”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol.9.No.3, September 2009
- Selamet Riyanto Dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen*”, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen.
- Shiefti Dyah Alyusi, “ *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*”, (Jakarta : Kencana, 2016).
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016)
- Sugiyono, “*Statistika untuk penelitian*” (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Susanta, “*Sikap:Konsep Dan Pengukuran*”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.2.No2, Januari 2006
- Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” (Jakarta: Prenada Media, 2013)

- Tentang Ms Glow: *sejarah dan berdirinya Ms Glow* (informasi), <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>, diakses pada tanggal 24 Mei 2021
- Vidyanata Deandra, “*The Role Of Brand Attitude And Brand Credibility As A Mediator Of The Celebrity Endorsement Strategy To Generate Purchase Intention*” *Journal Of Applied Management*, Vol.16.No.3, September 2018.
- Wagiran, “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, (Yogyakarta: budi Utama, 2013)
- Widia Wulan Daru Da Moch. Khoirul Anwar, “*Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Ms Glow Yang Bersertifikasi Halal Di Surabaya*”. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2.No.2.2019
- Wilga Sectio Ratsja Putri, R. Nunung Nurwati & Meilanny Budiarti S, “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*”, *Prosiding Ks: Riset & Pkm*, Vol.3, No.1
- Yongki Hermawan Dan Prof. Dr. Hatane Samuel,S.E.,M.M, *Analisa Pengaruh Celebrity Endorsement Lee Min Ho Dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap Brand Image Dan Repurchase Intention*, Surabaya
- Yuliar Rifadah, “*Pengaruh Islamic Endorsement Dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Di Media Sosial Instagram Safi Indonesia*” (Skripsi Surabaya, 2019)