

DAFTAR PUSTAKA

- A, Amalia Ghaizani, Edriana Pangestuti, dan Lusy Deasyana Rahma Devita. "Pengaruh Country of Origin terhadap Brand Image dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 58, no. 2 (2018): 110–18.
- Adenan, Mohd Amirul, Jati Kasuma Ali, dan Dayang Humida Abang Abdul Rahman. "Country of Origin, Brand Image and High Involvement Product towards Customer Purchase Intention: Empirical Evidence of East Malaysian Consumer." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 20, no. 1 (2018): 63–72.
- Adriyati, Rosmaya, dan Farida Indriani. "Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah." *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 1–14.
- Agatha, Cynthia, Altje Tumbel, dan Djurwati Soepeno. "Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado." *Jurnal EMBA* 7, no. 1 (2019): 131–40.
- Ahmad, Ifan, Rachmawati Novaria, dan Anom Maruto. "Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Instagram terhadap Minat Pembelian dengan Studi Kasus pada Restoran Mie Akhirat Cabang Darmo Surabaya." *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2017).
- Aji, Prasetyo Matak, Vanessa Nadhila, dan Lim Sanny. "Effect of Social Media Marketing on Instagram towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia's Ready-to-Drink Tea Industry." *International Journal of Data and Network Science* 4, no. 2 (2020): 91–104.
- Alquran. *Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: J-ART, 2004.
- Alvina, Miza. "Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia." diakses pada 24 Juni, 2021. www.technobusiness.id
- Anggraeni, Rima Dwi, Edriana Pangestuti, dan Lussy Deasyana Rahma Devita. "Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Survey pada Peminat Kosmetik LT Pro yang Dipengaruhi oleh Video Vlog Ini Vindy di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 60, no. 1 (2018): 155–62.
- Anjani, Sari, dan Irwansyah Irwansyah. "Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram." *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (2020): 203.
- Apriliana, Eka Sri. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

- Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)." *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2019).
- Ardana, Yande Agus, dan Ni Made Rastini. "Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh EWOM terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud* 7, no. 11 (2018): 5901–29.
- Arif, Mukhamad Sofyan. "Perceived EWOM: Sebagai Faktor Analisis dalam Menentukan Kredibilitas dan Pengadopsian EWOM bagi Wisatawan pada Forum Diskusi Online Kaskus Subforum OANC dan Travellers." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4, no. 2 (2016): 1–24.
- Ariyanti, Anik, dan Rochmad Fadjat Darmanto. "Analisis terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Chosmetics." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 17, no. 02 (2020): 143–54.
- Ariyanti, Fiki. "Cara Membuat Sertifikat Halal di BPJPH Kemenag dan Biayanya." diakses pada 15 Juli, 2021. www.cermati.com
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. "Data Produk Kecantikan Terlaris di E-Commerce." diakses pada 13 Juni 2022. www.digimind.id
- Aspan, Henry, Iskandar Muda Sipayung, Ade Putri Muharrami, dan Husni Muharram Ritonga. "The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)." *International Journal of Global Sustainability* 1, no. 1 (2017): 55–66.
- Augustinah, Fedianty, dan Kristyan Dwijosusilo. "Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Studi pada Wardah Beauty House Surabaya)." *Jurnal Sketsa Bisnis* 5, no. 1 (2018): 49–59.
- Aulia, Gita. "Penjualan Produk Safi Indonesia Tumbuh Lima Kali Lipat." diakses pada 25 Juni 2021. www.magazine.hijup.com
- Bashir, Abdalla Mohamed. "Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention." *British Food Journal* 121, no. 9 (2019).
- BPJPH Kemenag RI. "Sertifikasi Halal." diakses pada 27 Mei, 2021. www.halal.go.id
- Bruns, Isabel. "“Perceived Authenticity” and “Trust” in Social Media Driven Influencer Marketing and Their Influence on Intentions-to-Buy of 18-24-Year-Olds in Ireland." *Master of Business Administration in Marketing* (2018): 1–135.
- Budiarti, Lina. "Pengaruh Negara Asal terhadap Minat Pembelian Produk

- Kosmetik Impor dengan Moderasi Variabel Pengetahuan Produk.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 14, no. 1 (2020): 33–39.
- Bulan, Tengku Putri Lindung. “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5, no. 1 (2016): 431–39.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin, dan Muhammad Rizal. “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.
- Cahya, Bayu Tri, dan Nila Ayu Kusuma W.. “Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Saham.” *AL-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 7, no. 2 (2019): 192–207.
- Compas. “Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar.” diakses pada 13 Juni 2022. www.compas.co.id
- Devita, Elvina Marsha, dan M Y Dwi Hayu Agustini. “Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House.” *Journal of Management and Business Environment* 1, no. 1 (2019).
- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017.
- Dwitari, Driane Maulida, dan Lusianus Kusdibyo. “Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen terhadap Produk Skin Care dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal.” *Prosiding Industrisal Research Workshop and National Seminar* 10, no. 1 (2019): 686–96.
- Eriza, Zahra Noor. “Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan Antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya).” *Jurnal Komuniti* 9, no. 1 (2017): 14–24.
- Falah, Tripa Annur, Zainal Abidin, dan Syarifah Hidayah. “Pengaruh Kreativitas Iklan dan Negara Asal terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian Mobil.” *Bulletin of Management and Business* 1, no. 2 (2020): 11–23.
- Fhonna, Ria Amalia, dan Sorayanti Utami. “Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi pada Konsumen Shopee di Universitas Syiah Kuala.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*

- Manajemen* 3, no. 3 (2020): 20–32.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi ke- 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Ghozali, Imam. *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- GTE Localize. “5 Ways to Effectively Promote Indonesian Website.” diakses pada 21 April, 2021. www.gteloaze.com
- Gulo, W.. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, dan lainnya. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Herdiana, Tri, dan Doni Purnama Alamsyah. “Country of Origin dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen* 1, no. 1 (2017): 31–40.
- Heryana, Dwi Kadek, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. “Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Attitude.” *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* 7, no. 2 (2020): 9–20.
- Hidayati, Nur, dan Hadi Sunaryo. “The Role of Halal Label to Increase the Effect of Attitude Toward Halal Product on Brand Image and Purchase Intention.” *International Journal of Entrepreneurship and Business Development* 4, no. 5 (2021): 744–52.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif. “Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Makanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam).” *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, 11, no. 2 (2020): 251.
- Ho, Vi Truc, Nhan Trong Phan, dan Phuong Viet Le-Hoang. “Impact of Electronic Word of Mouth to the Purchase Intention - The Case of Instagram.” *Independent Journal of Management & Production* 12, no. 4 (2021): 1019–33.
- Hsu, Chia Lin, Chi Ya Chang, dan Chutinart Yansritakul. “Exploring Purchase Intention of Green Skincare Products Using the Theory of Planned Behavior: Testing the Moderating Effects of Country of Origin and Price Sensitivity.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 34 (2017): 145–52.
- Humaira, Aulian, dan Lili Adi Wibowo. “Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan.” *Tourism and Hospitality Essentials*

- (*THE*) *Journal* 4, no. 2 (2016): 1049–60.
- Husna, Rahmatul, dan I Made Bayu Dirgantara. “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Youtube terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Sariayu.” *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 3 (2018): 1–15.
- Ibrahim, Sukmawati. “Deretan Merek Favorit Pelanggan Berdasarkan Survei Guardian Top Stars 2019.” diakses pada 25 Juni 2021. www.tribunnews.com
- Izzudin, Ahmad. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner.” *Jurnal Penelitian Ipteks* 3, no. 2 (2018): 100–114.
- Jesslyn, dan Eko Harry Susanto. “Analisis Penggunaan Label Halal pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat.” *Jurnal Prologia* 2, no. 2 (2018): 385–91.
- Joshi, Mihir, dan Vinod Kumar Singh. “Electronic Word of Mouth and Influence on Consumer Purchase Intention.” *Dynamics of Public Administration* 34, no. 2 (2017).
- Kala, Devkant, dan D.S. Chaubey. “Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention towards Lifestyle Products in India.” *Pacific Business Review International* 10, no. 9 (2018): 135–44.
- Kamilah, Ghina, dan Aniek Wahyuati. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 2 (2017).
- Karim, Amir Abdul, dan Budi Istiyanto. “Testing the Role of Country Of Origin, Celebrity Endorser, Ads and EWOM towards Consumer Buying Interest.” *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, no. 3 (2020): 1–10.
- Kemenag RI. “Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional” diakses pada 20 Maret 2022. www.kemenag.go.id
- Kentzo, Grace Angelyn Claudia, Hanjaya Siaputra, dan Vido Iskandar. “Analisis Pengaruh EWOM terhadap Minat Beli Konsumen Setelah Kejadian Food Poisoning di Restoran X Surabaya dengan Citra Merek Sebagai Mediator.” *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 8, no. 1 (2020).
- Keputusan Menteri Agama RI. “518 Tahun 2001, Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal.” 30 November 2001.
- Keputusan Menteri Agama RI. “982 Tahun 2019, Layanan Sertifikat Halal.” 12 November 2019.
- Khan, Khuram, dan Mohammed Ali. “Impact of Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention in Footwear Industry of

- Pakistan.” *Arabian Journal of Business and Management Review (Kuwait Chapter)* 6, no. 12 (2017): 52–63.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. England: PEARSON, 2016.
- Kurnia, Lita. “Soal Ekonomi Islam, Indonesia Jauh di Bawah Malaysia.” diakses pada 23 Juni 2021. www.lokadata.id
- Kurniawati, Mega Rachma, dan Hardius Usman. “Brand Equity dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020): 450–58.
- Kurniawan, Agung Widhi, dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Buku, 2012)
- Kusumaningtyas, Ghaita Damararum, Suharyono, dan Yusri Abdillah. “Pengaruh Country of Origin terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya pada Minat Pembelian (Studi pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli Mobil Toyota Avanza di Jakarta).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 43, no. 1 (2017): 77–85.
- Laksmi, Aditya Ayu, dan Farah Oktafani. “Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal.” *Jurnal Computech & Bisnis* 10, no. 2 (2016): 78–88.
- Larasati, Ananya, Ikhwan Hamdani, dan Santi Lisnawati. “Pengaruh Label Halal terhadap Produk Kecantikan.” *Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 1 (2019): 48–64.
- Le, Hoang TPM, Phuong V Nguyen, Ho Phi Dinh, dan Chi NA Dang. “Effects of Country of Origin and Product Features on Customer Purchase Intention: A Study of Imported Powder Milk.” *Academy of Marketing Studies Journal* 21, no. 1 (2017): 1–19.
- Lomi, Adrian Gae, Juita L.D Bessie, dan Abas Kasim. “Pengaruh EWOM (Electronic Word of Mouth) pada Media Sosial Facebook terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Tebing Bar & Cafe).” *Journal of Management* 2, no. 1 (2016): 29–58.
- LPPOM MUI. “Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI.” diakses pada 21 April, 2022. www.halalmui.org
- Machali, Imam, *Statistik Itu Mudah. Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2015.
- Mahendri, Wisnu, Junianto Tjahjo Darsono, dan Achmad Firdiansjah. “The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions.” *Budapest International Research and Critics Institute-Journal* 3, no. 3 (2020): 1739–46.
- Masrukhin. *Statistik Inferensial Program SPSS*. Kudus: Media Ilmu Press, 2008.
- Mutu, Lembaga Penjamin. *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program*

- Sarjana (Skripsi). Kudus: IAIN Kudus, 2019.
- Nasution, Muhammad Dharma Tuah Putra, dan Yossie Rossanty. "Country of Origin as a Moderator of Halal Label and Purchase Behavior." *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)* 12, no. 2 (2018).
- Nugroho, Anton Priyo, Ilham Itsnanisa Ghilma, Siti Achiria, Fajar Fandi Atmaja, dan Yuli Andriansyah. "The Impact of Halal Label and Social Support on Purchasing Behavior of Imported Instant Noodles." *Advances in Economics, Business and Management Research* 168 (2021).
- Nurchahyo, Sofyan, dan Henny Welsa. "Pengaruh Country of Origin, Perceived Quality dan Consumer Perception terhadap Purchasing Intention melalui Brand Image Sepeda Motor Honda Jenis Matic di Kecamatan Bantul." *Jurnal Manajemen Dewantara* 1, no. 2 (2017): 12–24.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Nuseir, Mohammed T. "The Impact of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on the Online Purchase Intention of Consumers in the Islamic Countries – a Case of (UAE)." *Journal of Islamic Marketing* (2019).
- Oktaniar, Finka, Erna Listyaningsih, dan Bambang Purwanto. "The Effect of Halal Labeling, Advertisement Creativity and Lifestyle on Purchase Decisions of Wardah Products (Case Study of Students of Universitas Malahayati)." *International Conference on Humanities, Education, and Social Sciences 2020* (2019): 692–700.
- Padmi, I Gusti Ayu Mas Megasari, dan Gede Suparna. "The Role of Brand Attitude Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention at Sekopi Coffee Shop In Denpasar City." *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 5, no. 5 (2021): 414–27.
- Pasha, Yogi. "Pandemik COVID-19, Industri Kosmetik di Indonesia Tumbuh Signifikan." diakses pada 22 Juli 2021. www.jabar.idntimes.com
- Prabowo, Pancanto Kuat, Ida Aju Brahmasari, dan Tatik Suryani. "The Effect of Country of Origin on Brand Image, Perceived Quality, and Purchase Intention of Hydraulic Excavator for Limestone Quarry in East Java Indonesia." *Archives of Business Research* 7, no. 12 (2019).
- Praharjo, Ardik, Wilopo, dan Andriani Kusumawati. "The Impact of

- Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Loyalty and Perceived Risk.” *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law* 11, no. 2 (2016): 62–69.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2016.
- Purwanto, Edy, dan Aryo Wibisono. “Pengaruh Country of Origin, Word of Mouth, Kualitas Yang Dipersepsikan terhadap Niat Beli.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 4, no. 3 (2019): 365–74.
- Purwitasari, Tyas, Edy Yulianto, dan Wilopo. “Pengaruh Merek dan Negara Asal (Country of Origin) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Oppo Atau Samsung Smartphone di Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan Tahun 2013-2015).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61, no. 1 (2018): 100–108.
- Putra, Chandra Ananta, Johnny Tanamal, dan Rahmat Mubaraq. “Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Distro Battleboom Palu.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 1, no. 3 (2020): 241–52.
- Putri, Yosie Anne. “Pengaruh Bauran Promosi dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi Serasi.” *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* 1, no. 2 (2018): 137–44.
- Rafida, Veni, dan Septyan Budy Cahya. “Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi.” *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* 5, no. 1 (2020): 76–82.
- RedaksiIB. “Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia.” diakses pada 22 Juli 2021. www.ibtimes.id
- Ruhamak, Muhammad Dian, dan Afif Nur Rahmadi. “Pengaruh EWOM, Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri).” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no. 2 (2019): 233–46.
- Rumondang Eliza Maria Sinaga, dan Andriani Kusumawati. “Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 63, no. 1 (2018): 187–96.
- Safi Indonesia. “About Safi Research Institute.” diakses pada 05 Agustus

2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Agar Awet Muda dan Terhindar dari Photoaging, Lakukan 3 Kebiasaan Ini.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Cantik dan Nyaman dengan Produk Perawatan Kulit Halal.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Double Cleansing, Kunci Kulit Bersih dan Terawat.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Ingin Kulit Glowing? Ini Dia 3 Cara Alami Melembabkan Wajah.” diakses pada 22 Maret 2022. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Ini yang Perlu Kamu Perhatikan Ketika Memilih Skincare untuk Kulit Sensitif.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Label Halal, Jurus Jitu Produk Perawatan Kulit Malaysia Menembus Pasar Indonesia.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “MUI Resmi Keluarkan Sertifikat Halal Skincare Safi dari Malaysia.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Safi Age Defy.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Safi Hydra Glow.” diakses pada 22 Maret 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Safi Ramaikan Pasar Perawatan Kulit di Indonesia.” diakses pada 20 Juni 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Safi, Produk Perawatan Kulit Halal, Alami dan Teruji Kini Hadir di Indonesia.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Safi, Skincare Halal, Natural dan Teruji.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Skincare Halal Malaysia, Safi, Diluncurkan di Indonesia.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Tak Hanya Alami, Ini Kelebihan Skincare Halal Safi.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Usung Konsep Halal, Skincare Asal Malaysia Masuki Pasar Indonesia.” diakses pada 20 Juni 2021. www.safiindonesia.com
- Safi Indonesia. “Wajib Tahu, Ini Cara Tepat Merawat Kulit Berjerawat.” diakses pada 05 Agustus 2021. www.safiindonesia.com
- Safi. “Fre quently Asked Question (FAQ).” diakses pada 05 Agustus

2021. www.safi.com.my
- Safi. "Safi at a Glance." diakses pada 05 Agustus 2021. www.safi.com.my
- Safi. "Safi: The Halal Personal Care Brand with World-Class Science & Technology." diakses pada 05 Agustus 2021. www.safi.com.my
- Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhani, dan Eka Dewi Setia Tarigan. "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Medan Area Medan." *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 1–15.
- Saleem, Anum, dan Abida Ellahi. "Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention of Fashion Products on Social Networking Websites." *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* 11, no. 2 (2017).
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Saputra, Mahardika Ardaka, Ade Octavia, Suswita Roza, dan Yayuk Sriayudha. "Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (2019).
- Sari, Fenti Mayang, Andy Makhrian, dan Khairil Buldani. "Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)." *Jurnal Professional FIS UNIVED* 5, no. 1 (2018).
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sharma, Ankita, dan Narinder Kaur. "The Effect of Country of Origin on Consumers Purchase Intention." *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)* 8, no. 7 (2020).
- Simbolon, Freddy Pandapotan. "The Impact of Halal Label, Price, and Brand on the Purchase Decision of Bakso Wagyu in Kota Wisata Cibubur." *Journal The WINNERS* 20, no. 2 (2019): 111–20.
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sutanto, Monica Adhelia, dan Atik Aprianingsih. "The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia." *ICEBESS 2016 Proceeding* (2016) 218–30.

- Syafrida. “Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim.” *ADIL: Jurnal Hukum* 7, no. 2 (2016): 73–80.
- Syahrum, dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Taniredja, Tukiran, dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Torres, Javier A. Sánchez, dan Francisco-Javier Arroyo-Cañada. “Impact of Gender on the Acceptance of Electronic Word-of-Mouth (EWOM) in Spain.” *Contaduría y Administración* 63, no. 4 (2018).
- Utami, Nadira Noor, dan Genoveva Genoveva. “The Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 2 (2020).
- Undang-undang RI. “33 Tahun 2014, Jaminan Produk Halal.” 17 Oktober 2014.
- Wajdi, Muhammad Farid, Hendy Mustiko Aji, dan Suwarsono. “Factors Affecting the Intention to Purchase Halal Cosmetics on Instagram : EWOM and Brand Image.” *Asian Journal of Islamic Management* 2, no. 1 (2020): 1–11.
- Wei, Li. “Wow, Inilah 15 Negara dengan Teknologi Paling Maju di Dunia.” diakses pada 24 Juni 2021. www.idntimes.com
- Wibowo, Sutrisno, dan Audya Juhara. “The Determinants of Halal Labeling and Brand Image Towards Purchase Intention and Purchasing Decision.” *Advances in Economics, Business and Management Research* 176 (2021): 1–3.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo).” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 6, no. 2 (2016): 83–98.
- Yoebrilanti, Anggit. “Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial).” *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2018): 20–41.
- Yudhistira, Putu Gede Arie. “The Effect of E-WOM on Social Media Instagram toward the Decision to Visit Labuan Bajo.” *JBHOST* 4, no. 2 (2018): 140–49.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, dan Wan Edura Wan Rashid. “The Influence of Country-of-Origin on Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China.” *Procedia Economics and Finance* 37, no. 16 (2016): 343–49.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian*

Gabungan. Jakarta: Kencana, 2017.
ZAP Clinic Index, dan MarkpPlus. “ZAP Beauty Index 2020.” *Zap Clinic Index* (2020) 1–36.

