

DAFTAR PUSTAKA

- A, Aptaguna dan Pitaloka, E. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek." *Widyakala* 3 (2016): 49-56.
- Adi Satria, Arief. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis* 2, no.1 (2017): 45-53.
- Afrilliantini, Indri. dkk. "Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2019).
- Aldy Purnomo, Rochmat. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Al-Qur'an Terjemah Bahasa Indonesia*. Kudus: Menara Kudus, 2006.
- Aminuddin. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)." *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* 5, no. 2 (2018): 34-40.
- Amir Adam, Muhammad and Nazish Hussain. "Impact of Celebrity Endorsement on Consumers Buying Behavior." *British Journal of Marketing Studies* 5, no. 3 (2017): 79-128.
- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Apriliani, 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): 19.
- Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Arista, Desi dan Sri Rahayu Tri Astuti. "Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP* 13, no. 1 (2011): 37-45.
- Asrina. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetika Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin)." *Jurnal Iqtisaduna* 2, no. 1 (2016).
- Bayu Dewa, Chriswardana. "Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2018), 1-9.

- Budi Kusnandar, Viva. "Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam." 30 September 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>.
- Endra Budi Setyawan, Febri. *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017.
- Foster, Bob and Muhamad Deni Johansyah. "The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables Study on Lazada.com Sites Users)." *International Journal of Innovation, Creativity, and Change* 9, no. 12 (2019): 66-78.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Hafni Sahir, Syafrida. dkk. "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* 3, no. 1 (2016): 1-15.
- Hakim, Mustika, Ambar Lukitaningsih. dkk. "Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara* 2 no. 3 (2019): 18-23.
- Harahap, Isnaini. dkk. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Gasindo, 2005.
- Hidayati, Nur dan Linda Yuliandani. "Pengaruh *Beauty Vlogger*, Citra Merek dan Label Halal terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* 12, no. 1 (2020): 65-76.
- Imam Wahjono, Sentot. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Iwan dan Kaman Nainggolan. "Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness* dan Harga Produk terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tanggerang)." *Cakrawala* 17, no. 2 (2017): 146-155.
- Junaidi, Azuar. dkk. *Metode Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Karundeng, Nikita. dkk. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu

- Kecamatan Amurang Barat.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 83-90.
- Kotler, Philip dan Kevin Lan Keller. *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kusumastuti, Dani. “Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis.” *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2010): 27-50.
- Lintong, Debry Ch. A. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Online pada Usaha Kecil dan Menengah di Manado (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 5, no. 3 (2018): 169-178.
- Listyoningrum, Anggit. “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim terhadap Produk yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 40-51.
- Ma’ruf Abdullah, M. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Mahyarni. “Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku).” *Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* 4, no. 1 (2013): 13-23.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Misnanto Putri, Risma dan Budi Istiyanto. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta).” *Jurnal Ekobis Dewantara* 4, no. 2 (2021): 78-88.
- Nanang Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Nora, Liza dan Nurul S. Minarti, The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude As Determinant Purchase Intention.” *The 2nd International Multidisciplinary Conference* 1, no. 1 (2016): 135-148.
- Notoatmojo, Soekidjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Nurdin,, Ismail dan Sri Hartanti. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.

- Nyoman Anggar Seni, Ni dan Ni Made Dwi Ratnadi. "Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Berinvestasi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (2017): 4043-4068.
- Official, Zahra - 7 Juni, 2022. <https://zahra-official.com>.
- Priyatno, Duwi. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Putri Lindung Bulan, Tengku. "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): 729-739.
- Putri Rosadi, Aisyah. dkk. "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Etika Endorser dalam Praktik Endorsement di Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Endorser Muslim Di Bandung)." *Prosiding Hukum Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2019): 290-297.
- Riyanto, Slamet dan Aglish Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Rumondang, Astri. dkk. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Saifuddin Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Saipul Hamdi, Asep. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sudarsono, Heri. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2020.
- Sudaryanto. *Manajemen Pemasaran: Teori & Implmentasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Suhaily, Lily dan Syarif Darmoyo. "Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Costumer Trust (Study on Japanese Brand Electronic Product)." *Jurnal Manajemen XXI*, no. 02 (2017), 179-194.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Tamba, Darwis. "Aplikasi *Theory of Planned Behavior* untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus Mahasiswa FE- Unika Santo Thomas SU)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* no. 2 (2017): 119-145.
- Umar, Husen. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Viani Subastian, Dya. dkk. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* Raffi Ahmad terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms. Glow." *Jurnal Manajemen Bisnis Islam 2*, no. 1 (2021): 1-10.
- Wahyu Widyaningrum, Premi. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Pembelian Kosmetik melalui Variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen 2*, no. 2 (2019) 74-97.
- Wijaya, Tony. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Wildan Fawa'id, Muhamad. dkk. "Pengaruh Harga dan Label Halal terhadap Minat Beli Roti Naf'a Di Kecamatan Kepung Kediri." *Jurnal Qawanin 5*, no. 1 (2021): 67-82.
- Wisniari Savitri, Nyoman. "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia Di Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud 6*, no. 8 (2017): 4214-4239.
- Yusuf Hamali, Arif. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Zahra Nasution, Fatimah. dkk. "Assesing Factors Influencing the Purchase Decision of Cosmetics among Middle Class Female Muslims." *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR) 35* (2017), 131-141.