

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Terjemahan. (2015).Departemen Agama RI. Bandung : CV Darus Sunnah.

Buku

Kamaluddin, Apiaty. (2017). *Administrasi Bisnis*.Makasar : CV. Sah Media

Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Pemasaran* Ed. 13 (Jilid 1) (Ke-13, jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Royan, Frans. (2004). *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo.Jakarta.

Sugiyono.(2017.a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.Bandung : Alfabeta.

_____.(2017.b).*Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

_____.(2017.c).*Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung : Alfabeta

_____.(2017.d).*Statistika Untuk Penelitian*.Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa Ed. 3* (Ke-3). Yogyakarta: ANDI.

_____.(2005).*Pemasaran Jasa*.Malang:Bayumedia.

_____.(2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian* .Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy dan Diana. (2016). *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi Ed. 1* (Ke-1). Yogyakarta: ANDI.

Jurnal dan Skripsi

Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang. In 4th International conference on Business and Economic Research(pp. 1073–1087)

Arumsari, Nurul Rizka. (2018).”*Pengaruh Atribut Produk, Brand Ambassador, Label Halal dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah di Kudus)*”. Skripsi Pada Universitas Muria Kudus.

Cahyowulan, Shinta Ayu Pratiwi.(2018).”*Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi Pada Universitas Sanata Dharma.

Dewa, Chriswardana Bayu.(2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-oleh Jogja Scrummy, Jurnal Manajemen*, 8(1), 1-9. Akses 25 Juni 2021, Diambil dari

[:https://media.neliti.com/media/publications/300229-pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-kep-25f88da8.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/300229-pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-kep-25f88da8.pdf)

Giswara, Yudi.(2020).”*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PDAM Tirta Intan di Kecamatan Garut Kota*”. Skripsi pada Universitas Sangga Buana YPKP.

Hapsari, Intan Nursini. (2019).”*Pengaruh Sistem Informasi Penjualan, Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dan Peran Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame Indonesia*”. Skripsi Pada Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

Izza, Irafatul, (2019).”*Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Halal Dan Islamic Branding Terhadap Loyalitas Merek*”. Skripsi Pada Universitas Islam Negeri Walisongo.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Muafiah, Siti. (2019).”*Analisis Pengaruh Brand Personality, Kualitas Layanan Internet Banking dan Islamic Branding Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi pada IAIN Salatiga.

Nisa, Khoerun. (2020). “*Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi pada IAIN Salatiga.

Nurohman, Yulfan Arif. (2017). Theoretical Review:Teori Merek Halal, *Among Makarti*, 10(20), 85-94. Akses 25 Juni 2021, Diambil dari [:https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/154/144](https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/154/144)

Rohman, Anta Mifthakur. (2018).”*Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*”. Skripsi Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Surabaya.

Wahyuni, Dwi. & Rofiah, Chusnul. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang, *EKSIS*, 12(1), 72-82. Akses 25 Juni 2021, Diambil dari [:https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/viewFile/84/66](https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/viewFile/84/66)

Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). Muslim’s Purchase Intention Towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. 145 – 154.

Artikel dan website

Hello Hijab ID. (2020). *Daftar Terbaru Kosmetik Bersertifikat Halal 2021*. Diambil dari [:https://hellohijabers.wordpress.com/2020/11/18/daftar-terbaru-kosmetik-bersertifikat-halal-2021/](https://hellohijabers.wordpress.com/2020/11/18/daftar-terbaru-kosmetik-bersertifikat-halal-2021/). (Akses : 28 Mei 2021)

Inspiringmovement.wardahbeauty.com. (2021). *Wardah inspiring Movement*. Diambil dari :<https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/>. (akses : 28 Mei 2021)

Pelakubisnis.com. (2020). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. Diambil dari :<https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>. (Akses :15 maret 2021)

Topbrand-award.com. (2021).*Top Brand Index Fase 1 2021*. Diambil dari :<https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/>.(Akses :28 Mei 2021)

Wahyono, Budi.(2012).*Pengertian Brand Image (Citra Merk)*. Diambil dari :<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html>. (Akses :16 Maret 2021)

Worldpopulationreview.com. (2021). *Muslim Population By Country*. Diambil dari :<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>. (Akses :15 maret 2021)