

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp Terence. (2003). *Periklanan Promosi&Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Awan, Hayat M., Siddiquei, Ahmad Nabeel., & Haider, Zeeshan. (2015). Factors Affecting Halal Purchase Intention–Evidence from Pakistan’s Halal Food Sector. *Management Research Review*, Vol. 38 Issue: 6, pp.640-660.
- Azize, Nur. (2014). Pengaruh Advertising dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah. *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Swastha, Basu. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Belch, George E., & Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (8th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Buchari, Alma.(2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Burhanuddin. (2011). *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidi. (2007). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, UMM Press. Malang.
- Hudori. (2010). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Endorser Iklan di Televisi dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <http://kbbi.web.id>, diakses pada 1 Mei 2017.
- Khong. Kok Wei., & Wu. You Li. (2013). Measuring the Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Behavioural Intentions: a Study of Malaysian Consumers. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 14 Issue: 3, pp.2-22.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Makrufah, Ismi Aziz. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kartasura). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Binis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Malhotra, M.K. (2012). *Operations Management (10th ed.)*. USA: Pearson.
- MUI. (2013). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya*. Jakarta.

- Nuraini, Alfiyah., & Maftukhah, Ida. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang). *Management Analysis Journal*, 4 (1).
- Noviandra, Mahestu. (2006). Analisis Pengaruh Model Iklan terhadap Perilaku Pembelian Remaja (Kasus pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar). *Skripsi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pratiwi, Winda Mizwar. (2017). *Studi Pemasaran Produk Kosmetik 2017*. <https://id.linkedin.com/pulse/studi-pemasaran-produk-kosmetik-2017-winda-mizwar-pratiwi-1>, diakses pada 30 April 2017.
- Radha, G., & P. Jija. (2013). Influence of Celebrity Endorsement on the Consumer's Purchase Decision. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 3, Issue 11.
- Rahman, Azmawani Abd., Asrarhaghighi, Ebrahim., & Rahman, Suhaimi Ab. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 6 Issue: 1, pp.148-163.
- Republik Indonesia. (2010). *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176/Menkes/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetik*. Departemen Kesehatan. Jakarta.
- Republik Indonesia. (1999). *Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2015). *Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Selebriti "Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri"*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sebayang, Muly Kata., & Siahaan, Simon Darman. (2008). Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio pada Mio Automatik Club (MAC) Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3, Hal. 117–125.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, R.A. (2013). *Wardah Inspiring Beauty, Kecantikan yang Menginspirasi*. <http://agnesiarezita.blogdetik.com/2013/10/12/wardah-inspiring-beauty-kecantikan-yang-menginspirasi>, diakses pada 29 April 2017.
- Stefani, Selfi. (2013). Analisis Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Berlabel Halal "Wardah" (studi kasus pada Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Stanton, William J. (2003). *Prinsip Pemasaran (Ed. 10)*. Jakarta: Erlangga.
- Tafsir Al quran Al karim. (2013). *Tafsir Al Maidah Ayat 1-5*. <http://www.tafsir.web.id/search/label/Tafsir%20Al%20Maidah>, diakses pada 30 April 2017.

- Talib, Mohamed Syazwan Ab., Hamid, Abu Bakar Abdul., & Thoo, Ai Chin. (2016). Can Halal Certification Influence Logistics Performance?. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 7 Issue: 4, pp.461-475.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award. *Top Brand Index 2014-2016*. <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/>, diakses pada 1 Mei 2017.
- Utami, Wahyu Budi. (2013). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wardah. <http://www.wardahbeauty.com/>, diakses pada 29 April 2017.
- Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 6 No 2: 83-98.
- Wiryawan, Driya., & Pratiwi, Anisa. (2009). Analisis Pengaruh Selebriti Endorser terhadap *Brand Image* pada Iklan Produk Kartu Prabayar XL Bebas di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 No. 3.

