

DAFTAR REFERENSI

- 'Adila, N. (2018). *Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetikdi Ponorogo*. 1–70.
- Alfian, I. &, & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). Faktor Berhubungan Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Skincare. *Diponegoro Journal of Kesehatan*, 9(4), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/29050>
- Chalirafi, C., Matriadi, F., & Munandar, M. (2023). Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran dimasa Pandemi COVID-19 Terhadap Penigkatan Kinerja UMKM Provinsi Aceh Dimoderasi Oleh Teknologi. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 23–30. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.871>
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas Dan Hormonal. *Universitas Diponegoro, October*, 14.
- Dewi, T., Masruhim, M. A., & Sulistiarini, R. (2018). Metodologi Penelitian. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, April, 5–24.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *No Title No Title No Title*.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/840>
- Fauzi, I., Febriadi, S. R., & Eprianti, N. (2015). *Tinjauan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam terhadap Penunjukkan Artis Sebagai Brand Ambassador pada Produk Zoya Fashion Cabang Penjualan Sulanjana Kota Bandung*. 531–536.
- Firdaus, O. A. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel BPOM dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Ibu-Ibu Arisan Desa Pelang Kidul vol 1(07 mei 2021), 5*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/13264>
- Ghozali, imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23 (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2), 199–

210. <https://doi.org/10.15408/ajis.v15i2.2864>
- Iii, B. A. B. (2020). *Uji simultan dan parsial*. 24–41.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Deponegoro.
- Iqbal, S., Hamdani, H., & Yusrizal, Y. (2022). Analisis Perbandingan Hukuman Terhadap Tindak Pidana Pembunuhan Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Dan Hukum Islam. *Suloh: Jurnal Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, 10(1), 113. <https://doi.org/10.29103/sjp.v10i1.7938>
- Maarif, V., Nur, H. M., & Septianisa, T. A. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(2), 73–80. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Muhamad, H. (2019). *Metodologi Penelitian*. 34–44.
- No Title. (2019).
- Nuha, A. (2017). Populasi Dan Sampel. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 8(33), 44.
- POM, B. (n.d.). *Tugas Utama BPOM*. Retrieved January 5, 2023, from <https://www.pom.go.id/new/view/direct/job#:~:text=Berdasarkan pasal 2 pada Peraturan,dengan ketentuan peraturan perundang-undangan>.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh brand ambassador terhadap brandi Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(7), 1–10.
- Putri, A. N., & Apriani, R. (2022). *perlindungan Konsumen atas Predaran Skincare Yang Belum mendapatkan izin Edar dari BPOM*. 9(3), 1227–1233.
- RI, M. K. (2019). No TitleEΛENH. *Ayan*, 8(5), 55.
- Safrida, Aksa, F. N., & Saifullah, T. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fatwa Mui No 02 Tahun 2021 Tentang Kehalalan Vaksin Covid-19 Sinovac. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FH*, V(2), 9–18.
- Sari, E. S., Heryanti, B. R., & Triasih, D. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Problematika Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Dalam Bpom. *Semarang Law Review*, 1(2), 1–13. <https://repository.usm.ac.id/files/journalnas/A003/20210123112824->

PERLINDUNGAN-HUKUM-BAGI-KONSUMEN-TERHADAP-
PROBLEMATIKA-KOSMETIK-YANG-TIDAK-TERDAFTAR-DALAM-
BPOM.pdf

- Simanjuntak, P., Pangaribuan, H., & Syastra, M. T. (2021). Data Mining Rekomendasi Pemakaian Skincare. *MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem)*, July 2021, 80–83. <https://doi.org/10.54367/means.v6i1.1224>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Veronica Dewi. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Swalayan ADA Pati. *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap ...*, 2(2), 119–128. <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=36955>
- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. (2022). Brand Ambassador, Brand Image. *Edunomika*, 06(1310411206), 551–557.
- Yanti, N. D., & Darwanto. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.1144>