

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh, Q., & 2016, N. 8 T. (2016). *Sistem Jaminan Produk Halal*.
- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(1), 45–56.
- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat*. <https://Goodstats.Id/Article/Menilik-Meningkatnya-Konsumsi-Produk-Kecantikan-Di-Indonesia-Lcqed>
- Afiqah Luthfatul Harahap1, A. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta Bpom Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. 6, 336–347.
- Afrisa Mulyani Putri1, F. H. (2024). *Pengaruh Iklan Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) Pendahuluan Di Indonesia , Yang Mayoritas Rakyatnya Beragama Islam , Gay. Icon: Islamic Communication And Contemporary Media Studies*, 03(2), 97–110. <https://doi.org/10.35719/Icon.Uinkhas.Ac>
- Agustin, D. I., Pravitasari, D., Halal, L., & Beli, M. (2025). *Pengaruh Labelisasi Halal , Harga Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mahasiswa Febi Uin Satu Tulungagung Pada Produk Kosmetik Omg*. 19(1), 62–74.
- Aisy, N. S. (2021). *Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*.
- Aisyah, S. (2022). *Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Roti Pada Mahasiswa Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Al-Qur'an Nu Online*. (2023). <https://Quran.Nu.Or.Id/>
- Anbela, N. S. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Selera, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Cepat Saji Richeese Factory (Studi Pada Konsumen Muslim Cengkareng, Jakarta) Diajukan*.
- Andini, A. N., Surabaya, U. A., Korina, A. P., Jember, U., Puspitasari, N., & Jember, U. (2023). *Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Online Shop*. 19, 39–50.
- Badan, K., Jaminan, P., & Halal, P. (2022). *Penggunaan Logo Halal Dan Label Halal Pada Produk Yang Telah Memperoleh Sertifikat Halal*. 1–16.
- Bastrygina, T., & Marc Lim, W. (2023). *Foundations Of Consumer Engagement With Social Media Influencers. International Journal Of Web Based*

- Communities*, 19(2–3), 222–242.
<https://doi.org/10.1504/Ijwbc.2023.131410>
- Beta, E. M. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc*.
- Commons, W. (2022). *Berkas:Logo Halal Mpu Aceh.Png*.
- Compas.Co.Id. (2025). Top 10 Brand Kecantikan Di Shopee Indonesia Kuartal I 2025. *Compas Market Insight*.
- Duwi Pratiwi¹, Ati Hermawati², D. K., & Email. (2023). *Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(1), 1–11.
- Elya Septi Widya Ningrum¹, Cici Herlina Putri², Fiki Syakhiyah Sa’adah³, Putri Faizah⁴, R. P. (2022). *Aktivitas Interaksi Para Social Meningkatkan Performa Influencer Dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Fashion Muslimah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang)*. 77–91.
- Faidatun Nahari Hidayana. (2023). *Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Harga, Dan Influencer Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Somethinc Bagi Mahasiswa Uin Walisongo. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo*, 34.
- Fatihah, S. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetik Halal Di Kota Mataram Oleh*.
- Feb, F. (2023). *Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Fransiska, A. W., Assalam, S., & Hartina, S. (2024). *Review Influencer Dan Brand Image Terhadap Minat*. 4(1), 9–16.
- Gonsalves, O. (2019). *India’s Halal Market: Opportunities In Cosmetics, Personal Care Segments*. India Briefing.
- H. Abdul Muhaimin El-Yusufi, M. E. (2024). *Etika Konsumsi Dalam Ekonomi Islam :Penggunaan Sumber Daya Untuk Mencapai Al-Falah*.
- Hasibuan, T. H. (2021). *Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herba Penawar Al Wahidah Indonesia Padangsidempuan*.
- Indah Lestari, N., Ramadani, M., Noor Syrah, A., & Anggreini, S. (2024). *Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. Sains Manajemen*, 9(2), 56–72.
<https://doi.org/10.30656/Sm.V9i2.8044>
- Izzah, N. (2024). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor Di Kota Makassar*.

- Jamsa Sumbalatu¹, W. B. P. & A. M. P. (2023). *Jurnal Pena Islam : Jurnal Pena Islam* : 3(1), 25–34.
- Khairunnisa, A. S., Najmi, B., Putri, A., & Fauziah, F. N. (2024). *Analisis Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Dan Make Up Di Kalangan Genz*. 2(3).
- Kurnia Dwi Nuraini¹, F. I. F. S. P. (2024). Mengapa Para Netizen Memutuskan Pembelian Pada Produk *Skincare* Somethinc ? Pengaruh *Influencer* , Live Streaming Dan Program. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 4(1).
- Muharrir, El-Farobie, F. S., & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk *Skincare* Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (Jimesha)*, 1(2), 118.
- Nur Rohmah, A., Bianda, R., & Munir, M. M. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Pengguna Tiktok. *Journal Of Computer Science And Information Systems (Jcoins)*, 5(1), 66–74.
- Nurhamidah, I. A. (2022). *The Effect Of Influencer Marketing On Purchase Decision At Baso Aci Akang In Bandung, Indonesia*. 3(3), 81–89.
- Penjelasan Hadis Arbain*. (2023). <https://Majalahnabawi.Com/Penjelasan-Hadis-Arbain-Part-6>
- Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Minimarket Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomisyariah (Jimesha)*, 1, 2.
- Rahmaniah, B., & Salim, A. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare (Studi Kasus Daviena Skincare Store Palembang)*. 1–10.
- Ratih Anggoro Wilis^{#1}, R. A. A. ^{#12}program. (2022). *Influencer & Blogger Sebagai Strategi Pemasaran Era Digital*. 1(3), 111–116.
- Raviana, L. (2021). *Pengaruh Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Banda Aceh*.
- Rizati, N. (2022). *Penerapan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Sistem Jaminan Produk Halal (Studi Kasus Pada Home Industry Makanan Khas Aceh Di Lampisang Kecamatan Peukan Bada Aceh Besar)*.
- Salfa Sahbiah¹, A), Apriana H. J. Fanggidae², B), Yosefina K. I. I. D. Dhae³, C), C. C. F. (2021). *Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap*

- Keputusan Pembelian Produk Pada Café Kopi Kembo The Influence Of Influencers And Content Marketing On Product.* 727–736.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). *Peran Ingredients , Influencer Review Dan Live Streaming Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Varian Mugwort.* 1(3), 141–153.
- Senalasari, W., Maulidani, R. N., & Setiawati, L. (2025). *From Reviews To Purchase Intention : The Interplay Of Customer Review , Influencer Review , And Trust In Indonesian Skincare Products.* 1, 66–82.
- Sinaga, S. A. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Lokaria Coffee Shop.*
- Sofa, S. (2023). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa Febi Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 1444 H / 2023 M Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.* *Syariah, Jurusan Ekonomi.*
- St.Nursaqinah, & Ismunandar. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Kosmetik Make Over Dimedia Sosial Instagram Dan Youtube (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bima).* *Jumabi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis,* 1(2), 80–88. <https://doi.org/10.56314/Jumabi.V1i2.139>
- Stansyah, M. R., Tegar, M., & Choirunnisa, R. (2023). *Industri Makanan Dan Minuman Perilaku Pemesanan Pelanggan.* 11(1).
- Sucipto. (1995). *Halal Dan Haram Menurut Al-Ghazali Dalam Kitab Mau'idhotul Mukminin.*
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*
- Suharta, G. A. S. A. A. I. N. (2021). *Perlindungan Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan.* 1–7.
- Syariah, P. E. (2023). *Program Studi Ekonomi Syariah.*
- Taopik Hidayat, N. R. F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika).* *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis,* 10(1).
- Tilaar, R. E., & Walangitan, O. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Barenbliss Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Fisip Unsrat.* 5(1), 816–819.
- Tri Septin Muji Rahayu1*, R. H. (2023). *Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap.* 17(1), 64–76.
- Trianda, F. Y. (2023). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Minat Berbelanja Online Produk Makanan: Peran Karakteristik*

- Demografi Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Ar Raniry).*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.* (2014). 1.
- Vieri, C., & Sarah, S. (2024). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Influencer Dan Konten Visual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Kahf Di Tiktok.* 5(3).
- Wardhana, A. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Digital.*
- Yanita, R. (2025). *Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang. Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah Dan Aneka/Kemenperin.*
- Yuhendo Pratama Putra^{1*}, Muhammad Safarudin², Muhammad Firjatullah³, Y. B. (2026). *Perilaku Konsumsi Dalam Islam Kehidupan Manusia Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Hidup . Dalam Teori Ekonomi.* 5.
- Yuretno Zaskia, Yulasmi, D. S. (2025). *Pengaruh Affiliate Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Upi Yptk Yang Menggunakan Tiktok Shop* Yuretno. 6(5), 2483–2497.