

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA*, 8(1), 627–636.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Alfian , I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Merk dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 122-145.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Shopee. *Manajemen*, 11(02), 86–96.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh Keterlibatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Managament Insight : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.
- Annur, C. M. (2023, Mei 25). *Jumlah Konsumsi Mie Instan di Indonesia Meroket Semenjak Pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari databoks:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/25/jumlah-konsumsi-mie-instan-di-indonesia-meroket-semenjak-pandemi-covid-19>

- Apriliani, D. U., Kartika, S. E., & Nadiya, A. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Batrisyia Herbal. *Solusi*, 21(1), 470. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6287>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127.
- Asrizal, E., N, Linzzy, P., & Lesmana, T. (2021). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota Medan. *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis)*, 165-173.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69.
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 90–99.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum: Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: Uin Maliki Press.
- Chaichinarat, P., Ratanaolarn, T., Kiddee, K., & Pimdee, P. (2018). Thailand's automotive service quality customer satisfaction: A servqual model cfa of suzuki mo. *Asia-Pacific Social Science Review*, 18(2), 99–113.

- Dinda Noer Pratiwi, A. N. A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(3), 132–140. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3885>
- Dinah Fitri, M., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Terpaan Buzz Marketing Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republic ( Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018 ). 73(2), 114–121.
- Elbahar , C., & Syahputra . (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Kadatuan Koffie. *e-Proceeding of Management* , 1244-1251.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Ferdinand, R. (2008). Validity Of The Cbcl/Ysr Dsm-Iv Scales Anxiety Problems And Affective Problems. *Journal Of Anxiety Disorders*, 22(1) 126-134.
- frontier. (2024). Diambil kembali dari top brand index: [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=2&id\\_subkategori=30](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=30)
- Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS* . Semarang: UNDIP.
- Goel , R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with Reference to Indian Economy. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 25(4).

- Hawa, S. D. (2022). User Interface dan Social Media Marketing Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*, 3(2), 57-60.
- Husna , A., Rahmani, N. A., & Syahbudi, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Impor Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara) . *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 1040-1061.
- Indofood. (2021, Desember 27). Supermi. Jakarta, Indonesia. Diambil kembali dari <https://supermi.co.id>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Isman, N., Ruma, Z., & Dipoatmodjo, T. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Manajemen*, 70-78.
- Jecky, & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Sosial dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian . *Prologia*, 307-3012.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta, Vol. 4(1)*, 71–85.

- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, 2(2), 373–385.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Kawilarang , C. G., & Tumbuan, W. F. (2022). Analysis of the Effect of Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger and Brand Image on Purchase Decisions on Somethink Local Skincare Products. *Loindong 770 Jurnal EMBA* , 10(4).
- Kotler, P. (2021). *manajemen pemasaran* . Jakarta: CV Budi Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* . USA : Pearson Education Limited .
- Lestari, F. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Sosio e-kons*, 10(1), 87-89.
- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Usaha Siwang Nounna Saritie Kabupaten Indramayu. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 83-92.
- Ling, T. S., & Pratomo, W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *JIPKES (Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan)*, 31-42.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk

- Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Marlius, D., & Mutiara . (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *JURNAL ECONOMINA*, 769-783.
- Martha, L. P., Primadewi, A., Priwirjanto, E. S., Fatmawati, E., Nahdiana, Yustina, I., Mastiyah, I., & Hidayati, L. L. A. (2023). The effects of digital marketing, word of mouth, and service quality on the purchase decisions: An empirical study of food SMEs products. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1117–1124. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.5.012>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Maulana, E., Setianingrum, I., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh strategi Pemasaran, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Lampung Utara). *Upajiwa Dewantara*, 5(2), 93–102.
- Mukhroji , Anisa, & Ferdiansah, T. (2023). The Influence of Halal Awareness of Halal Labels and Sub Cultures on the Purchase Decision of MSME Product in Bumiayu. *Proceeding of International Conference on Islamic Economies, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 15-24.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing

- Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
- Mustajab, R. (2023, Agustus 24). *Industri & Perdagangan*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id:<https://dataindonesia.id/industriperdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>
- Mutiara, I., & Syahputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan pembelian pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 148–160.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. [www.jurnal.imsi.or.id](http://www.jurnal.imsi.or.id)
- Novita Djafar, I. Y. S. S. R. H. R. H. et al. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, (1)(May/2023), 77–81.
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan celebrity endorser terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Busana Muslim Merek MaliQa). *Jurnal Indonesia Membangun*, 113-126.
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 100–114. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.539>
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of*

*Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144.

Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di UKM Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1154-1170.

Putri, S. D., Satria, C., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2(1), 23–38. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.102>

Ramadhani, K. R. (2020). Pengaruh Iklan Media Elektronik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 301–317.

Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772.

Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>

Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(3), 24–31.

Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Scarlet Whitening di Kota Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 2023.



- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sintani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana vs Gangster Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–10.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- supermi*. (2024, april 30). Diambil kembali dari wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Supermi>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/RND)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi SPSS Edisi I*. Yogyakarta: Andi,Yogyakarta.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Susanti, S., & Mashudi. (2022). Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan terhadap Produk dengan Label Halal. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 146–158. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i2.300>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas

- Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tiara Amalia, W. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2021), 2022.
- Tridiwianti, F., & Harti. (2020). Pengaruh Green Product Awareness Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9(1), 1104–1110.
- Wardani, D. S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1148-1160.
- Widiyanto. (2008). *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD: Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 21-26.
- Yusnidar, Y. (2022). Analysis of the Use of Halal Labels, Celebrity Endorsers, and Product Knowledge and their Effects on Cosmetic Product Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 480–490. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i3.1943>