

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, N., Farooq, O., & Iqbal, J. (2014). Credibility of celebrity endorsement and buying intentions an evidence from students of Islamabad, Pakistan. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 20(6), 1-13.
- Alim, Shilachul Alfinul, dkk. 2018. Pengaru Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kputusan Pembelian Produk Feyen Muslim. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bayumedia Publishing: Malang
- Andriani, L. (2017). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bandar Lampung.
- Aristiya, M. (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap ABC (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Sukarame Palembang).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Basuki, A., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indriantoro, & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen (1st ed.)*. Bandung: BPFE Yogyakarta.
- Istijanto. 2010. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of marketing. New Jersey:Prentice-Hall,Inc.*
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- KS, H., & Kurup, M. S. K. (2014). Effectiveness of television advertisement on purchase intention. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 3(2)
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metodologi Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis*. Tesis Edisi 4. Erlangga: Yogyakarta
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Muthohar, M., & Triatmaja, A. R. (2013). Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20(1).
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT Skripta Media Creative.
- Rangkuti, F. (2010). *Spiritual Leadership In Business Wake Up! Khoirunnas Anfaulum Linnas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rosiana, M. (2014). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Smartphone Samsung Galaxy Young S6310. *Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/69646>. Halaman, 16-21.*
- Sadzalia, S. (2015). *Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Sartika, B., & Sukirno, I. (2017). Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica Dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Sertoglu, A. E., Catl, O., & Korkmaz, S. (2014). Examining the effect of endorser credibility on the consumers' buying intentions: an empirical study in Turkey. *International Review of Management and Marketing*, 4(1), 66.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sufyan, M. (2013). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian ponsel Blackberry pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Sulistyowati, L., & Nursanti, A. (2014). Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas Endorser terhadap Brand Attitude pada Produk Handphone Android di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 22(01), 132-149.
- Utami, W. B. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta). *Skripsi. Yogyakarta: Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Widarjono, A. (2015). Analisis Multivariant Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Brand Image, Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Kulon Progo. *Universitas Negeri Yogyakarta*.