

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *manajemen pemasaran strategis*. salemba empat.
- Adhilla, P. N., Ekowati, D., Nawarcono, W., & Sukmaran, W. (2023). *Pengaruh Bpom , Logo Halal Dan Logo Green Dot Pada Kemasan Kosmetik Wardah Terhadap*. 7.
- Adila Asyarifin, N. (2018). Pengaruh produk berlabel bpom terhadap keputusan beli masyarakat pada kosmetikdi ponorogo. *Jurusan Muamalah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeriponorogo*, 1–70.
- Angipora, M. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Angriawan, F., & Mutiarin, D. (2019). Efektivitas Pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap Peredaran Makanan Impor oleh Pedagang UMKM di Kota Pekanbaru Ferry. *Journal of Government & Civil Society*, 3(1), 6. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v3i1.1036>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Aulia, M., & Aswad, M. (2022). *Pengaruh Islamic Branding , Label BPOM Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Milenial Pada Produk Kosmetik Di Kabupaten Nganjuk*. 1(4), 294–305.
- Ayuningtyas, A. T., Wahono, B., & Rahman, F. (2023). Pengaruh Label BPOM Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada ProdukSkincare Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB Angkatan 2019). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1767–1773.
- Badan pengawas obat dan makanan. (2020). *Pedoman Label Pangan Olahan*. badan pengawas obat dan makanan RI.
- Daga, R. (2017). *citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.

- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.); 1st ed., Issue May 2017). Global Research and Consulting Institute.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. Al., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Syvia, D., Adnyana, M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Issue June). CV. Media Sains Indonesia.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). *Iqtishadequity Pengaruh Kualitas Produk , Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. 4(1), 1–10.*
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : pedoman penelitian untuk skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *- pemasaran produk dan merek (planning & strategy) -*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Cv, Budi Utama.
- Ghozali Imam. (2020). *25 Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Hardani, Auliya, H. ., Andriani, H., Sukmana, D. J., Fardani, R. ., Ustiawaty, J., Utami, E. ., & Sukmana, D. . (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cv. Pustaka Ilmu Group.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). *Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening ”*. 3(1), 1–22.
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–186. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2571>
- Kotler, Philip., dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Erlangga.
- Kotler, Phillip., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Erlangga.

- Kotler, P. (2019). *manajemen pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. salemba empat.
- Mannulang. M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasarandalam Kompetisi Global* (: Indomedia Pustaka. (ed.)).
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *manajemen pemasaran pendekatan praktis dengan teori teori para ahli*. Pt. Atalya Rileni Sudeco.
- Ngesti, A. N. (2020a). *Buletin Ekonomi*.
- Ngesti, A. N. (2020b). *Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Kota Yogyakarta*. 1, 77–84.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Bahtiar Sulistyan, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama press.
- Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017, Pub. L. No. 80 (2017).
- Permatasari, B. (2019). *daya tarik, kepercayaan dan keahlian celebrity endorser*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Purwaningsih, I., & Munir Rachman, M. (2020). *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan wom terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina*. 1(1), 369–375.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV, Budi Utama.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. salemba empat.
- Siregar Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & Spss*. Prenadamedia Group.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship : Kependjualan* (B. Akasara (ed.)).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel Pengelolaan Dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Taufiq, M. (2019). *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Azyan Mitra Media.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran esensi & aplikasi*. Andi Offset.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). *FAIR VALUE*. 4(6), 2279–2291.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pub. L. No. 20. <https://dgip.go.id/unduh/download/uu-nomor-20-tahun-2016-tentang-merek-32>
- Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *Agora*, 8(2), 1–10.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cv. Budi Utama.
- Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Iklan Terhadap Keputusan. 1(2), 171–186.