

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah, and Meilida Eka. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Abdullah, Ma'ruf. *Living in the World That Is Fit for Habitation: CCI's Ecumenical and Religious Relationships*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Ali, Iman. "State of the Global Islamic Economy Report." Dinar Standard, 2023. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>.
- Amalia, Dewi Ludy, Yani Dahliani, and Qomaruzzaman Ratu Edi. "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE Dewi." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (2022): 50–65. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.18158>.
- Andrian, et al. *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri. Vol. 3, 2022. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Anggraini, Septyan. "Strategi Digital Marketing PT.Paragon Technology and Innovation Cabang Kota Pekanbaru Dalam Memasarkan Produk Brand Wardah Beauty Melalui Instagram" 33, no. 1 (2022): 1–12.
- Arbaini, Pratiwi, Zakaria Wahab, and Marlina Widiyanti. "Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 7, no. 1 (2020): 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Aziz, Naifa Ulwani, Fadhilah, and Nurbaiti. "Eksistensi Usaha Industri Fashion Di Era Digital." *Busana Dan Budaya* 2 (2022): 247–59.
- Ba, Sulin, and Paul A. Pavlou. "Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior." *MIS*

- Quarterly: Management Information Systems* 26, no. 3 (2002): 243–68.
<https://doi.org/10.2307/4132332>.
- Balaka, Muh Yani. “Metode Penelitian Kuantitatif.” *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif* 1 (2022): 130.
- Bina Nusantara. “Memahami Validitas Konvergen (Convergent Validity) Dalam Penelitian Ilmiah.” BINUS University School Of Accounting, 2021.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-konvergen-convergent-validity-dalam-penelitian-ilmiah/>.
- BPOM. “Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.” *Bpom Ri* 2010 (2019): 1–258.
- BPS Kota Tasikmalaya. “Kota Tasikmalaya Dalam Angka 2025.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 19 (2025): 401.
- Budi, Viera. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Selempangwisuda_semarang (Studi Pada Pembeli Selempangwisuda_semarang Di Shopee).” Universitas Semarang, 2022.
- Devi Apriliani, Kristina Anindita Hayuningtias. “Pengaruh, Analisis Awareness, Brand Dan, Brand Association Ambassador, Brand Keputusan, Terhadap Pada, Pembelian Kunci, Kata.” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Universitas Stikubank Semarang* 6, no. 2 (2023): 1991–2004.
- Dihan, Fereshti Nurdiana, and Farhan Noufaldi Dwi Prasetyo. “Pengaruh Job Insecurity Dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Intention Dengan Kepuasan PengaruhKerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Panji Putra Perkasa Yogyakarta.” *Jurnal MABISEKA* 1, no. 1 (2022): 81–84.
- Dinnie, Keith. *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*, 2010.
- Dr. Duryadi, M.Si’. *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. Vol. 7, 2021.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. “Buku Pemasaran Produk Dan Merek.” *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, no. August (2019): 1–337.
- Farras, Yodi, and Dahliana Kamener. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap

- Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 18, no. 1 (2018): 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>.
- Fauziridwan. *Branding Strategy Di Era Digital*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara, 2024.
- Fauziya, Rafida Aviola Hana, and Muzakar Isa. “Pengaruh Fake Buyer Dan Fake Review Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Pada Marketplace Shopee Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 17, no. 3 (2024): 1225–42. <https://doi.org/10.35508/jom.v17i3.19288>.
- Febriana Eka Dewi, Ari Kuntardina, Eka Adiputra. “Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro Angkatan 2017).” *JEMB : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2022): 90–99.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Cv Budi Utama. Vol. 5 No., 2018. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN.
- Furadantin, Natalia Ririn. “Analisis Data Menggunakan Aplikasi Related Papers.” *Academia (Accelerating the World’s Research)*, 2018, 1–8.
- Gunawan, Didik. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Edited by Bincar Nasution. PT Inovasi Pratama Internasional. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=K79mEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=D+Gunawan+2022&ots=SA_nON5ov3&sig=N1mb0wqgCdtWTJZ77OiuItK2bac&redir_esc=y#v=onepage&q=DGunawan2022&f=false.
- Hair Jr, Joseph F, William C Black, Barry J Babin, and Anderson E Rolph. *Multivariate Data Analysis*. Seventh. England: Pearson, 2014.
- Hamida Alifia Ar-Rasyi, Hasna. “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel

- Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang).” *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2024): 183–93. <https://doi.org/61132/rimba.v2i1.556>.
- Herawati, and Angga Sanita Putra. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic.” *Journal on Education* 5, no. 2 (2023): 4170–78. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1115>.
- Hidayat, Taufik, Ahmad Juwaini, and Putu Rahwidhiyasa. “Pentingnya Literasi Halal Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia.” *KNEKS, Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2023, 4.
- Hijriyatunnisa, Hijriyatunnisa, and Untung Widodo. “Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Ditiktok Shop Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Tiktok Shop Semarang).” *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 3, no. 2 (2024): 242–49. <https://doi.org/10.34152/emba.v3i2.1132>.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11. PT RajaGrafindo Persada, 2020. [https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi%20Penelitian.pdf).
- Husaini, Muhammad, Dwi Wahyu Artiningsih, and Ervica Zamilah. “Hubungan Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Dan Manfaat Beras Organik Di Kota Barabai.” *Journal Uniska Kediri* 1, no. 1 (2020): 1–8.
- Ilmia, Anisa, and Ahmad Hasan Ridwan. “Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.” *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no. 2 (2023): 193–202. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28724>.
- Inayah, Fitrah Rahma, Idris Parakkasi, and A Syathir Sofyan. “Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening).” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (2023): 163. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>.
- Karimah, Anis Iffa, and Nabiela Rizki Alifa. “Keputusan Pembelian Produk

- Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation Berdasarkan Brand Awareness Dan Halal Awareness.” *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 3, no. 2 (2023): 77–91. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.28137>.
- Khofifah, Siti, and Agus Supriyanto. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal.” *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi* 15, no. 1 (2022): 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>.
- Komariyah, Desi. “Pengaruh Online Customer Riview Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Seblak Jombang).” *BIMA : Journal of Business and Innovation Management* 4 (2022). <https://doi.org/10.33752/bima.v4i2.410>.
- Komariyah, Desi Intan. “Pengaruh Online Customer Riview Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Seblak Jombang).” *BIMA : Journal of Business and Innovation Management* 4, no. 2 (2022): 343–58. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i2.5551>.
- Kosmetik, Produk. “Visualisasi Produk Kosmetik Dalam Fotografi Komersial.” *Retina Jurnal Fotografi* 2, no. 1 (2022): 92–99.
- Kotler, and Keller. *A Framework For Marketing Management. Sustainability* (Switzerland). Vol. 11, 2016. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regscuirbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Kusumo, Dewoto, and Rifki Afandi. “Kepercayaan Publik Dalam Iklan: Peran Kunci Publik Figur.” *Indonesian Journal of Innovation Studies* 13, no. 1 (2020): 1–12.
- Larasati, Dewi. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM Ditinjau Dari Perilaku Konsumen.” *Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora* 5, no. 1 (2019): 68–77.

- Maharani. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sar,” 2023, 1–85.
- Mahendra Innukertarajasa, Indra, Kristina Anindita Hayuningtias, and Universitas Stikubank Semarang. “The Effect Of Trust, Consumer Attitude, And Online Consumer Review On Purchase Decisions In E-Commerce Shopee (Case Study On College Students In Semarang) Pengaruh Kepercayaan, Sikap Konsumen Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 6 (2023): 7881–89.
- Marintan, Suherman, and Basrah Saidani. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 3, no. 2 (2022): 356–63.
- Maulana, Andi. “Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa.” *Jurnal Kualita Pendidikan* 3, no. 3 (2022): 133–39. <https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331>.
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. “Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology.” *Information Systems Research* 13, no. 3 (2002): 334–59. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>.
- Muh. Agum Nasir, Hasibuddin, and Akhmad Syahid. “Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.” *KENDALI: Economics and Social Humanities* 2, no. 1 (2023): 28–41. <https://doi.org/10.58738/kendali.v2i1.287>.
- Muharmi, Habibah, and Dessy Kurnia Sari. “Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intentions Dengan Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 9, no. 2 (2019): 125–37.
- Nurhaliza, Nina. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel

- Intervening (Studi Pada Konsumen Muslim Milenial Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Mataram).” Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.
- Pahlevi, Reza. “Konsumsi Kosmetik Halal Indonesia Terbesar Ke-2 Di Dunia.” databoks, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/972d579b36e6f07/konsumsi-kosmetik-halal-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia>.
- Prasetya, Ketut Yudistira Arl, I Nengah Suarmanayasa, and Ni Nyoman Yulianthini. “Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Future Culture Di Singaraja.” *Bisma: Jurnal Manajemen* 5, no. 2 (2019): 76–81.
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021. <https://doi.org/10.33369/jvk.v6i1.25069>.
- Primadasa, Yogi, Arie Yandi Saputra, and Hengki Juliansa. “Penerapan Metode Technology Acceptance Model Terhadap Faktor Kepercayaan Dan Risiko Dalam Penggunaan Aplikasi Fintech.” *CogITo Smart Journal* 7, no. 2 (2021): 290–304. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i2.327.290-304>.
- Putri, A A. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Kepercayaan Konsumen.” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2024, 56–62. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/3606%0Ahttps://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/3606/3647>.
- Putri, L., and H. Wandebori. “Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review.” *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1 (2016): 255–63.
- Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*, 2021.
- Putri, Wahyu, and Harti Harti. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett.” *Jurnal Dimensi* 11, no. 2 (2022): 346–63. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>.
- Rahadi, Dedi Rianto. “Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023.” *CV. Lentera Ilmu Madani*, no. Juli (2023).

- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited by Syahrani. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Vol. 44. Banjarmasin: Antasari Press, 2011. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf).
- Ramadhoni, Putry, and Intisari Haryanti. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Lifestyle Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Shopee." *Journal of Student Research* 1, no. 5 (2023): 53–69.
- Rani Rahmadani, Rahayu Puji Suci, and Zulkifli Zulkifli. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Brand Image (Studi Pada Konsumen Le Minerale Di Toko Indomaret Soekarno Hatta Kota Malang)." *MASMAN: Master Manajemen* 2, no. 3 (2024): 278–89. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.506>.
- Rarung, Jimmy, Bode Lumanauw, and Yunita Mandagie. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Customer Trust Terhadap Customer Purchase Decision Fcoffe & Roastery Manado." *Jurnal EMBA* 10, no. 1 (2022): 891–99.
- Rozalia, Handayani Rinuastuti, and Rusminah Hs. "Ketertarikan Konsumen Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian." *Distribusi - Journal of Management and Business* 8, no. 2 (2020): 149–62. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.140>.
- Rulyagustin, Ananda. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Generasi Z Di Solo Raya," no. JMei (2023): 1–147.
- Sadarwati, Ajeng. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Herbal SR12 Di Kabupaten Boyolali)," no. I (2023).
- Sadjaya, Nabila Tesra. "Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 273–84. <https://doi.org/10.33633/jekobs.v4i1.12561>.
- Sahar, Hanifah, Karnawi Kamar, and Istajib Kulla. "Pengaruh Kualitas Produk Dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah PT.Paragon Technology and Innovation.” *Jurnal Jubisma* 09, no. 8 (2023): 316–27.
- Sari, Fauzi Purnama. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU.” *Ekonomi Dan Bisnis*, 2021, 82.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, 2006.
- Shaw, Steven J., and Kenneth R. Davis. *Marketing Management. Journal of Marketing*. Vol. 37, 2016. <https://doi.org/10.2307/1250781>.
- Sitompul, Saleh Sitompul. “Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating.” *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 1 (2021): 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>.
- Slamet, Rokhmad, and Sri Wahyuningsih. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.
- Srisusilawati, Popon, M. Andri Ibrahim, and Randi Ganjar. “Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen.” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 9, no. 1 (2019): 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71).
- Suciwati, Desak Putu, Made Yeva, Putri Sion, Ni Made, and Wirasyanti Dwi. “Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial Pada Industri Tekstil Dan Garmen Di Denpasar.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 19, no. 01 (2023): 22–30.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2017.
- Sukirman, Riska, Fitri Kumalasari, and Hendrik. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 1 (2023): 152–59. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845>.

- Suwantono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Erang Risanto. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Syafrida, Sahir hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. KBM Indonesia, 2021.
- Trisnawati, Ira, and Muhammad Syahrul Mubarak. “Etika Berkomunikasi Dalam Islam (Kajian Dalam Surat Al-Ahzab Ayat 32 Dan Ayat 70).” *At- Tahdzib Jurnal Studi Islam Dan Mu’amalah* 8, no. 1 (2020): 46–60.
- Wahida, Nurul, Idris Parakkasi, and Sudirman. “Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam.” *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2024): 243–55.
- Wisudanto. “Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Berkelanjutan Di Indonesia.” Unairnews, 2024. <https://unair.ac.id/keputusan-pembelian-kosmetik-halal-berkelanjutan-di-indonesia/>.
- Yashilva, Willy. “Indonesia Menduduki Peringkat Kedua Dengan Populasi Muslim Terbanyak Di Dunia.” GoodStats, 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-menduduki-peringkat-kedua-dengan-populasi-muslim-terbanyak-di-dunia-HP1S0>.
- Yuwansa, Vivin, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Agus Dwi Cahya. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Media Sosial Melalui Kepercayaan Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5, no. 6 (2023): 2920–39. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3626>.
- Zulkarnain, Rizal, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2020, 1–24.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Edited by Robby Andika. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.