

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Artanto, Fenilinas, Riza Fahlevi, dan Niar Ajeng Rachmayani. "*Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Pada Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk (Studi Kasus Perkumpulan Penggiat Programmer Indonesia)*." Surya Informatika VOL 11 NO., no. SSN: 2477-3042 (2021): 4045.
- Aditya, Niat Beli Ulang: *Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk* <https://books.google.co.id/books?id=PnL8EAAAQBAJ>.
- Ajzen, Icek. "*The Theory of Planned Behavior*," no. January 2012 (2014).
- Amalia, Atika, dan Markonah Markonah. "*Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Jakarta*." *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 157.
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas. "*Konsep Umum dan Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*." *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31.
- Ansori, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press, 2020.
- Ardyan, Boari, Akhmad, Yuliyani, Hildawati, Suarni, dan Efitra. "*Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang*." PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roelianti, Awan. "*Bauran Pemasaran*." *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*., 2022.
- Arsy Lucyano Vergian, dan Purbo Jadmiko. "*Religiusitas, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal Dan Product Ingredient Dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Muslim*." *Istithmar* 7, no. 2 (2024): 115–30. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i2.686>.

- Asari, Andi, dan Ahmad Anam, Choirul. *"Pengantar Statistika."* 2023.
- “Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (1 Maret 2024). Jumlah Penduduk Dan Agama Yang Dianut. Diakses Pada 12 Desember 2024, Dari,” n.d.
- Chalil. *"Brand, Islamic Branding, & Re-Branding."* PT. Raja Grafindo Persada, 2021.
- Daga, Rosnaini. *"Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan."* 2019.
- Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, dan Dian Riskarini. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee."* JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila 1, no. 1 (2021): 27–39. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i1.2065>.
- Dewi, dan Wardana. *"Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk."* CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Azharsyah Ibrahim Arinal Rahmati. *"Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam."* Ar-Raniry Press, 2021.
- Dikdik Harjadi, dan Iqbal Arraniri. *"Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial."* Penerbit Insania, 2021.
- Tri S. Saptadi, Ifah Finatry Latiep, Novi Puji Lestari, Syamsulbahri, dan Erwin. *"Manajemen Promosi Produk."* Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Duryadi. *"Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik."* Vol. 7, 2021.
- Fadilla, Annisa Rizky, dan Putri Ayu Wulandari. *"Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data."* Mitita Jurnal Penelitian 1, no. 3 (2023): 34–46.
- Fadilla, Erska, dan Darmawati Putri. *"Pengaruh Brand Image , Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada*

- Chacha Kosmetik Tlogosari Semarang).” Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset 2, no. 3 (2024).*
- Fakhitah, Nur, Ketut Surabagiarta, Wira Yudha Alam, dan Adi Buana Surabaya. *“Pengaruh Promosi Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Wardah Studi Pada Mahasisiwi Manajemen.” Journal of Sustainability Business Research 3, no. 2 (2022): 2746–8607.*
- Firmansyah, Anang. *"Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek."* 2019.
- Geraldine, Yemima Marvell. *“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah.” POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen 3, no. 1 (2021): 71–82.* <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>.
- Gross, M, dan J Christian. *"Planned Behavior: The Relationship between Human Thought and Action."* Taylor & Francis, 2017.
- Gunawan. *"Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing."* PT Inovasi Pratama Internasional, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=K79mEAAQBAJ>.
- Hanifah, Rana Fairus, dan Albari. *“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah.” Dynamic Management Journal 7, no. 4 (2023): 542–56.*
- Haque, dan Juansa. *" Perjalanan Manajemen Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia."* jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Hartono, Calista, dan Kartika Imasari Tjiptodjojo. *“Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.” JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan 7, no. 3 (2024): 2691–97. v7i3.3793..*
- Kambolong dan Ambarwati. *"Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi."* Penerbit Qiara Media, 2022.

- Kaniawati, VKeni, Dodi Apriadi, dan Nurlina." *Manajemen Promosi: Strategi Mengoptimalkan Kampanye Periklanan.*" Takaza Innovatix Labs, 2024. <https://books.google.co.id/books?id=Uq4wEQAAQBAJ>.
- Kemenag, Daring. "Q.S Al-Baqarah Ayat 168. Diakses Melalui," n.d.
- Kurnia, Tri, dan Adi Wibowo Purwo. "*Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Berlabel Halal.*" Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima 5, no. 1 (2023): 66–72.
- Kurniasih, dan Rozi. "*Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek.*" Bintang Visitama, 2021.
- Lenaini, Ika. "*Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling.*" HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah 6, no. 1 (2021): 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>.
- Lestari, Dwi Ari, dan Nurhadi Nurhadi. "*Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya Selatan.*" Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi 7, no. 2 (2021): 22–30. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2714>.
- Masruroh, Binti, dan Elok Fitriani Rafikasari. "*Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, Dan Bahan Baku Halal Terhadap Minat Beli Produk Halal.*" El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 3, no. 5 (2022): 868–84.
- Muhammadiyah, "*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).*" Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah 6 (2023): 336–47.
- Muhtarom, Abid, Muhamad Imam Syairozi, dan Hesty Lovi Yonita. "*Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

- Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian.*” Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 10, no. S1 (2022): 391–402.
- Pane, Dayu, dan Hasanah. *"Determinasi Minat Beli Konsumen."* Serasi Media Teknologi, 2024. <https://books.google.co.id/books?id=VZU0EQAAQBAJ>.
- Pratiwi, Dwi Putri, dan Adrial Falahi. *"Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa."* Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi 10, no. 1 (2023): 1.
- Priadana, dan Sunarsi. *"Metode Penelitian Kuantitatif."* Pascal Books, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=9dZWEAAAQBAJ>.
- Purwanto, Nuri, Budiyanto, dan Suhermin. *"Theory of Planned Behavior."* 2015.
- Rahayu, Saputra, Awangga, dan Habibi, *"Penerapan Metode Naive Bayes Dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa."* Kreatif, 2020.
- Rahmaniar, Syahirah, Tiara, Abimayu dan Dewana. *"Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023."* PT Rekacipta Proxy Media, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=nmivEAAAQBAJ>.
- Rahmawaty, Penny. *"Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Bredtalk Yogyakarta."* Jurnal Ilmu Manajemen 12, no. 1 (2015): 89–98.
- Ramdan, Siwiyanti, Komariah, dan Saribanon. *"Manajemen Pemasaran."* Penerbit Widina, 2023.
- Ramlawati, Ramlawati, dan Emy Lusyana. *"Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar."* Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor) 2, no. 1 (2020): 65–75.
- Reken, Feky dkk, *"Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran."* 2020.

- Salsabila, Moza. *“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.”* *Youth & Islamic Economic Journal* 04, no. 02 (2023): 22–28.
- Salsabilla, Natassya, dan Trisni Handayani. *“Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok.”* *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 1759–69.
- Saputra, dan Ahmar. *“CAMI: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web.”* Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- Sara, Siti Khodijah, Rabya Mulyawati Ahmad, dan Fajeri Arkiang. *“Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal.”* *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2022): 21–37.
- Sarumaha, Martiman. *“Kewirausahaan.”* CV Jejak (Jejak Publisher), 2023.
- Setiawan, Yudi Agus. *“Analisis Data Kuantitatif Dengan Smart PLS 4.0.”* Borneo Novelty Publishing, 2025.
- Sihombing, Pardomuan Robinson, dan Ade Marsinta Arsani. *“Aplikasi Smart PLS 4.0 Untuk Statistisi.”* 2022.
- Sudiantini. *“Leaders dan Culture - Bagaimana Strategi Meningkatkan Kinerja Layanan Publik.”* Elex Media Komputindo, 2020..
- Supriadi. *“Riset Akuntansi Keperilakuan : Penggunaan SmartPLS Dan SPSS.”* Jakad Media Publishing, 2022.
- Suryowati, Budi, dan Nurhasanah. *“Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal.”* *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 9, no. 01 (2020): 11–20.
- Suwarsih, Natalia, Theresia Gunawan, dan Istiharini Istiharini. *“Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli.”* *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 4, no. 2 (2021): 712–30.

- Syarifah Nim'ah, dkk. " *Implementasi Manajemen Pendidikan, Pemasaran, Dan Keuangan.*" Penerbit NEM, 2022.
- Syifa, Salsabila, dan Erik Setiawan. " *Pengaruh Promosi Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen.*" *Journal Perspectives in Communication* 1, no. 1 (2023): 12–18. <https://journal.sbpublisher.com/index.php/person>.
- Taan, Hapsawati. " *Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen.*" *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 1 (2021): 29–30.
- "Top Brand Award, Top Brand Index Kategori Lengkap, Diakses Pada 10 Januari 2025, Dari," n.d. <https://shorturl.at/Zn2fs>.
- Wardhana, Aditya. " *Minat Beli Konsumen.*" Cv Euruka Media Aksara, 2024.
- Wibowo, Kurniawan dan Nuraini. " *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah.*" Penerbit Insania, 2021.
- Wicaksana, Arif, dan Tahar Rachman. " *Minat Beli Konsumen.*" *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 3, 2018.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra Widiанти, dan Baruna Hadibrata. " *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran).*" *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 4 (2022): 452–62.
- Woen, Nathaza Gayatry, dan Singgih Santoso. " *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen.*" *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10, no. 2 (2021): 146.
- Yani Zumarna, Kumalasari Fitri, Wonua Rundu Almansyah. " *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Konsumen Wardah Kolaka).*" *Jurnal Mahasiswa Kreatif* 1, no. 6 (2023): 195–208.

Yosef Tonce, *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga Dan Kualitas Produksi*. Penerbit Adab, n.d.

Yunita, Irma, Fauzi Arif Lubis, Nuri Aslami, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, dan Dan Bisnis. “*Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)*.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 3, no. 2 (2023): 332.

Zakia, Ardiva, Asri Ayu Adisti, dan Aulia Asmarani. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM)*.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 5 (2022): 2–9.