

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Jannah, Aiman, Hasda, Fadhilla, Taqwin, Masita, Ardiawan, Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Abigail Soesana; *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Yayasan Kita Menulis, 2023.
- Ad-Dimasyqi, Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir. *Tafsir Ibnu Kasir*. Sinar Baru Al-Gensindo, 2010.
- Adialita, Tika Sri Purwanti; Tania. "Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Intention To Reuse Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengguna Grab Di Kota Bandung." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 8 (2024): 3.
- Ahmad Hamzah, Nur Aida. "Pengaruh Kepercayaan Merk Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Gempol)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi* 1 (2025).
- Aifa Fahira, Syarifah, Ahmad Zafrullah, and Idfi Setyaningrum. "Analisis Produk Kosmetik Impor Terkait Brand Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Kosmetik Impor Di Samarinda, Kalimantan Timur." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 24, no. 2 (2021): 3. <https://doi.org/10.24123/jeb.v24i2.4749>.
- Alda Sepiani, Suswita Roza, Husni Hasbullah. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Jiniso." *Jurnal Media Akademik* 3 (2025).
- Amorepacific. (n.d.). Retrieved October 15, 2025, from <https://www.apgroup.com/int/en/about-us/about-us.html>.
- Amorepacific Group. (n.d.). "Our Values," Retrieved October 15, 2025, from <https://www.apgroup.com/int/en/about-us/amorepacific/our-values/our-values.html>
- Anindhita Dyahayu Subroto, Dalillah Ghina Imtinan Chaironi, Dea Salsabilla Pratama, Destri Amelia Akbarri, Ivy Kendra Tasbita, Syaharani Puspita Sari, Tania Thifaa Setianabila, Tri Rezky Amaliah, Vita Olivia Siregar. "Keracunan Kosmetik Dengan Kandungan Merkuri, Hidrokuinon, Dan Asam Retinoat Pada Ibu Hamil Dan Menyusui." *Jurnal Riseta Naturafarm* 2, no. 1 (2025): 2. <https://www.jrn.b-creta.com/index.php/jrn>.
- Arbainah, Yaswar Aprilian, and Zainal Arifin. "Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah Di Tembilahan." *JMEB: Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis* 1, no. 2 (2024): 117–27. <https://jurnal.stitmugu.ac.id/index.php/idaarotul/article/view/62>.

- Ariyanti. "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2025): 2.
- Aswar, Nurul Fadilah. *Perilaku Konsumen. Tahta Media Group*. Vol. 1, 2025. [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao\\_PereiraAS\\_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_11/rbcs11\\_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td\\_2306.pdf%0Ahttps://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/).
- Auliya, Fahma Zakky, and Juliana Alfi Naiim. "Pengaruh Online Customer Review, Label Halal, Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli." *Jurnal STIE Semarang* 13, no. 3 (2021): 104–15.
- Bambang Arianto, Rani. *Pemasaran Media Sosial*. 1st ed. Serang: Borneo Novelty Publishing, 2024.
- Barenbliss. <https://barenbliss.com/id/pages/our-philosophy>.
- Bernoldi, Ega, and Rendy Sarudin. "Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Food and Beverage Di Kawasan Petak Enam Jakarta Barat." *Jurnal Imliah Global Education* 5, no. 3 (2024): 9–10.
- Budi, Fika; "Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Pada UMKM Sprouts Farms." *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* 25 (2024).
- Budiarti, Lina. "Pengaruh Negara Asal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Impor Dengan Moderasi Variabel Pengetahuan Produk." *Jurnal Administrasi Dan Bisnis* 14, no. 1 (2020): 2.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin, and Muhammad Rizal. "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2 (2018): 4–5. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>.
- Canny Geraldine; Mochammad Riyadh Rizky Adam, "Determinants of Repeat Purchase Intention Through Brand Trust: Study on Halal Cosmetics Among Non-Muslim Consumer," *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business* 6 (2025).
- Career, Global. "Tentang Perusahaan PT Hebe Beauty Style." PT Sands Talk Indonesia, 2026.
- Christabel Harlim, Ardina Ayu Kusuma. "The Impact of Country of Origin on Repurchase Intention with Brand Trust as the Mediating Variable: A Case of Bata in Indonesia." *Jurnal IBuss Management*, 2020.
- Christopher, Evo Sampetua Hariandja; Aurellia Adeline; Ferdinandus Eric; Yossel. "Faktor Penentu Brand Equity Dan Pengaruhnya Pada Purchase Intention." *Ultima Management*, 2021.

- Deb, Rajdeep Kumar. "Indonesia K Beauty Product Market By Type (Sheet Masks, Cleansers, Moisturizers, Other); By Application (Beauty Business, Personal, Others); By End User (Male, Female, Children and Teenage); By Distribution Channel (Online Retail, Supermarket/Hypermarket,)." Credence Research, 2025.
- Dewi Kurniawati, Arif Hidayat. "Pengaruh Brand Trust Terhadap Purchase Intention Pada Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2023.
- Dewi Masitha, Rachmad Hidayat, Sri Rahayu, Rifda Fitrianty. "Country of Origin, Brand Experience, Brand Trust Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Mirai Management* 10 (2025).
- Dewi, Nurfa Citra Novianti; Istiharani; Vera Intanie. "Peran Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Country Of Origin Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2025.
- Diansyah, Annisa Navalia Putri, Imam Suryono. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Pelanggan Smartphone Samsung." *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia* 5 (2025).
- Duryadi. *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- Duryani, Dr. *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*.
- Efendi, Bahtiar, Fuat Setiyawan, and Margi Astuti. "Pengaruh Country of Origin, Citra Merk, Perceived Quality Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli (Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Mataram Sakti Wonosobo)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 2, no. 5 (2022): 2.
- Ernawati, Sri, and Iwan Koerniawan. "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): 3.
- Erpindo Soni Pebrianto, Mahyarni, Rozi Andriani. "Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Syariah: Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Syariah Kota Pekanbaru)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi* 13 (2025).
- Evyanto, Anita Romauli Simamora; Winda. "Pengaruh Sosial Media Marketing, Online Customer Review Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jiniso.Id Pada Tiktok Shop Di Kota Batam." *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 5 (2025).
- Fauzy, Achmed, and Soebiagdo. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Klien PT. Indonesia5." *Jurnal Inovasi Dan Humaniora* 1, no. 6

(2024): 14.

- Fauzy, Muhammad, and Mirzam Arqy Ahmadi. "Mengungkap Peran Sosial Media Marketing Dalam Membangun Loyalitas Merek: Melalui Pengalaman Merek." *Culture Education and Technology Research (Cetera)* 1, no. 3 (2024): 3. <https://cetera.web.id/index.php/ctr/article/view/69>.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Edited by Qiara Media. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Furadantin, Natalia Ririn. *Analisis Data Menggunakan Aplikasi Related Papers*. Academia (Accelerating the World's Research), 2018.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Square (PLS) Konsep, Teknik Dan Aplikasi*. Semarang: Penerbit Yoga Pratama, 2023.
- Ghozali, Imam. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Dilengkapi Software SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2014.
- Gunawan, Didik. "Pengaruh Label Halal, Electronic Word of Mouth, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2022.
- Gunawan, Ria Pratiwi; Heri Nuryanto; Tirta Mulyadi; Agung Arif. "Pengaruh Konten Visual Dan Interaksi Media Sosial Terhadap Minat Beli Kuliner Lokal Batam." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (2025).
- Hafiz Syahputra, "Pengaruh Country of Origin Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Pusat Penjualan Xiaomi-Pekanbaru)," 2022.
- H. Joseph; Tomas M Hlut; Chistian M Ringle; Marko Sarstedt. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed. Los Angeles: Sage, 2017.
- Hanjaya Surya, Billy, Bayu Budiharjo Setyo, and Catharina Hellyani Aprilia. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm." *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)* 1, no. 3 (2023): 3.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. 1st ed. Mataram: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Harita, Ernawati. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Rendah Hati Kecamatan Telukdalam." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 1, no. 2 (2022): 4. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/609>.
- Hidayati, Fika Nurul, Budi Priyono, Politeknik Stia, and Lan Jakarta. "Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (WOM)

- Terhadap Minat Beli Pada UMKM Sprouts Farms.” *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* 6, no. 1 (2024): 35.
- Hikma Dillahi, Nina Nirwana, Rinda Ayu Ningsih, Rahmadani Hidayat. “Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan (Studi Literatur Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 9 (2025).
- Huwaida, Alya Nisrina, Hendri Hermawan Adinugraha, and Kuat Ismanto. “Peran Kreativitas Dalam Pengembangan Produk Kosmetik Halal : Studi Pada Produk Wardah.” *Jurnal Sahmiyya* 4, no. 1 (2025): 4.
- Istiqomah, Nur Hidayatul, Siti Kris, Fitriana Wahyu, Jamal Ghofir, and Yuyun Puspitasari. “Kosmetik Halal Sebagai Strategi Pemasaran Dakwah Untuk Menjangkau Konsumen Dengan Nilai Islam.” *Journal Dakwah and Social Religiosity* 2, no. 2 (2024): 6.
- Johan Patrick Kendal, Zoel Hutabarat. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Experience, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Serta Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Brand Loyalty Multivitamin Zegavit Pasca Covid-19.” *Jurnal Manajemen Dinamis* 6 (2024).
- Jufrinaldi, Dian Suci Rahmawati, Dhea Maharani Utami, Lutfi Surya Affandi, Gina Sakinah, and Mudzakir. “Pentingnya Halal Dalam Pangan Untuk Kehidupan.” *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2025, 835.
- Karim, Hatta Setiabudi; Suwono; Yudi Agus Setiawan; Syahrul. *Analisis Data Kuantitatif Dengan SmartPLS 4*. Purwokerto: Borneo Novelty Publishing, 2025.
- Kecil, Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Kementerian Perindustrian. “Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang,” 2025. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang>.
- Keller, Kotler &. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Erlangga, 2009.
- Keller, Kotler. *Manajemen Pemasaran*. 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2016.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an.
- Khalid, Idham, Buyung Romadhoni, and Gema Bangsawan. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal of Metaverse Adpertisi* 4, no. 1 (2025): 2. <https://doi.org/10.62728/jma.v4i1.634>.
- Khasanah, Elisatun, Ali As'ad, and Anwar Bahrin Mustajib. “Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika Dalam Konteks Masailul Fiqhiyah Di Era Modern.” *Jurnal El-Thawalib* 6, no. 1 (2025): 4.
- Kholifah, Nia Nur, Gandung Satriyono, and Ria Lestari Pangastuti. “Pengaruh

- Sosial Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Es Teh Indonesia Kebun Nganjuk).” *Jurnal Ekonomi Utama* 2, no. 2 (2023): 2. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i2.77>.
- Kholifatul Nasikah, “Pengaruh Kesadaran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik,” 2023.
- Kirana Sandra Devi, Gilang Ahmad Riva’i, Chelsea Angelica. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Inat Beli Dimoderasi Electronic Word of Mouth.” *Syntax Literature: Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 2 (2024): 13–15.
- Laoli, Meiman Syukur, Maria Magdalena Bate’e, Yupiter Mendrofa, and Serniati Zebua. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 4, no. 2 (2024): 976–86. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4078>.
- Lating, Safitri A. “Pengaruh Kepercayaan Merek, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Di Toko Indomaret Di Pulau Tidore.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11 (2025).
- Lestari, Hana Aprilia Hermanto; Unik Dwi. “Pengaruh Negara Asal, Citra Merek, Sikap Terhadap Merek Dan Ketidakpastian Konsumen Terhadap Niat Membeli.” *Jurnal Cendekia Ilmiah* 5 (2025): 3.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. 3rd ed. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Mahmudah R, Akib N. I, Halik, Ruslin, Hikmah N, Arfan, and Hasanah R. N. “Sosialisasi Penggunaan Skincare Dan Kosmetik Yang Aman Dan Tepat Bagi Remaja Di Pondok Tahfidz Abdurrahman Bin Auf Kendari.” *Mosiraha: Jurnal Pengabdian Farmasi* Volume 1, no. 1 (2023): 55–60.
- Malahayatie, Hartini; “Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 1 (2024).
- Maria Verena Emerald, Kurniawati. “Analisis Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2022.
- Mariam, Aam, and Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik ( Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis ).” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2.
- Matondang, Zulaika, Hamni Fadlilah, and Ahmad Saefullah. “Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2023): 4. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.138.18-38>.

- Melina Fitri, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Scarlett,” 2023.
- Mendrofa, Viktorman Laoli; Zakaria Abadi Mendrofa; Selvinus Berkat Totonafu. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis 2* (2025).
- Minto Waluyo, Mohammad Rachman. *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*. Revisi. Surabaya: Literasi Nusantara Abadi, 2020.
- Moslehpour. “The Impact of Social Media Marketing on Customer Trust and Purchase Intention.” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 2022.
- Muchtar, Sephia Herliana, and Ade Mulyana. “Penerapan Social Media Marketing Pada Kinasih Resort & Conference Bogor” 4, no. 2 (2024): 1. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v4i2.1916>.
- Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar. *Label Halal Bawa Kebajikan*. 1st ed. Pasuruan: FAI Press, 2019.
- Muhammad Iqbal Revilliano Trisandri, Silmi Aulia Alkautsar, and Mohamad Zein Saleh. “Pemasaran Skincare Di Indonesia: Sebuah Fenomena Budaya Populer Korea Selatan.” *Jurnal Manajemen Riset Inovasi 2*, no. 1 (2023): 2–3. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i1.2215>.
- Muhammad Maulana Arif Ritonga, Nurizal Ismail, Solahuddin Al-Ayyubi. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Label Halal, Terhadap Minat Beli Mahasiswa Kosmetik Lokal.” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 5*, no. 9 (2024): 1–11.
- Muin, Abdul. *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Pamekasan: Literasi Nusantara, 2023.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya.” *Pendidikan Tata Niaga 9*, no. 1 (2021): 2. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.
- Muthiadin, Dedi Mardianto; Idris Parakkasi; Cut. “Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsuen Pada Produk Industri Pangan Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak 2* (2025).
- Mutmainah, Mintarti Indartini; *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, Dan Regresi Linear Berganda*. 1st ed. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024.
- Nabila Cahyani, Listiawati, Yusiresita Pajaria. “Pengaruh Label Halal Dan Label Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Konsumen Muslimah Di Kota Palembang.” *Journal of Economics and Development 2*,

no. 1 (2025): 4.

- Nabilanasywa, Adzra, Narda Kalyana Rajagukguk, Alya Febrina Harahap, Muhammad Daffa, and Imamul Khaira. "Pengaruh Social Media Marketing Melalui Media Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan)." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 2 (2024): 2.
- Nadroh, Umami. "Peran Fanatisme Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Penerimaan Produk Kosmetik Dan Makanan Korea Selatan Oleh Konsumen Indonesia." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 2, no. April (2025): 4. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i2.2783>.
- Nailatul Fadhilah Fauzi, Susi Evanita. "The Role of Brand Trust as a Mediator in the Relationship between Brand Awareness, Social Media Marketing, and Brand Loyalty." *Jurnal Marketing Management Studies*, 2022.
- Natasya Mutiara Puteri, Arianti Anomsari. "Analisis Pengaruh Perceived Quality, Citra Brand, Dan Country of Origin Pada Minat Beli Skincare Lokal Somethinc Terhadap Remaja Di Semarang." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 10 (2023).
- Nawiyah, Nawiyah, Refanov Constantin Kaemong, Muhammad Arifin Ilham, and Faraby Muhammad. "Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022." *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 12 (2023): 2. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>.
- Nguyen. "The Effect of the Country of Origin On Brand Trust: A Case Study for COVID-19 Vaccines in Vietnam." *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2022.
- Ni Luh Gede Arma Ningsih, and Ni Nyoman Reni Suasih. "Pengaruh K-Culture Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Impor Kosmetik Korea Selatan Jenis Serum." *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 2, no. 4 (2024): 136–53. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i4.3064>.
- Niken Aprilia Mulyadi, Hendri Andi Mesta. "The Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention with Brand Awareness and Halal Awareness of Scarlett Products." *Marketing Management Studies*, 2022.
- Nikolaus, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada PT. Wahana Kreasi Hasil Kencana," 2022.
- Ninin, Setianing, Junaidi Pandika, and Darwini Sagir. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Korea." *Ekonobis* 7, no. 1 (2021): 16. <http://www.ekonobis.unram.ac.id>.
- Nisco, Stephen Oduro; Alessandro De. "Country of Origin Image and Consumer Brand Evaluation: A Meta-Analytic Review." *Journal of Product & Brand*

*Management*, no. 33 (2023).

- Nurfatiha, Icha, Zahwa Nurafalakh, Azizah Khairunnisa, Muhammad Rabbani, and Rava Arrafi. "Dampak Ekspor Impor Produk Skincare Terhadap Keberlanjutan Produk Lokal: Studi Kasus Skintific Dan Implikasinya Terhadap Kebijakan Pemerintah." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 6, no. 2 (2025): 2. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i2.2391>.
- Nurhaliza, Salma, and Aditya Wardhana. "Analysis Costetic Brand Perception: Case Study of Millenials and Generation Z in West Java." *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial. Humaniora Dan Kebijakan Publik* 5, no. 4 (2023): 2. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i4.43673>.
- Nurmaya Adianti, Siti., and Febrima Ayuningrum. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *AL-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 3. <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>.
- Nurudin, Nurudin. "Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian." *Journal of Economics, Management, and Business* 2, no. 1 (2023): 5. <https://doi.org/10.32699/magna.v2i1.3733>.
- Nuryanto, Marrizka Nurcahya Kurniawati; Imam. "Pengaruh Country of Origin, Store Atmosphere Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Pada Toko Miniso Di Kota Semarang." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2 (2023).
- Okta, Lindawaty; Syawaluddin; Mila Asmawiani. "Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek PT Alfa Scorp L1 Mabelan Medan." *Jurnal Bisnis Kolega* 6 (2020).
- Othysalonika, Abdul Wahib Muhaimin, Febriananda Faizal. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Makanan Sehat Di Kota Malang." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)* 6 (2022): 12.
- "Pengamatan Kepuasan Pelanggan Melalui Peran Negara Asal Dan Suasana Toko Starbucks Di Surabaya." *Muhammad Nur Alfian, Ernawati, Eli Masnawati, Didit Darmawan, Jahroni*, 2021, 3.
- Permana, Keysi Rahmawati; Erwin. "Analisis Overclaim Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Pada Produk Daviena Skincare." *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak* 2 (2025).
- Pradipta, Alvidy Brilian, and Ngatno Ngatno. "Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone Asus Di Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 915–21. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29917>.
- Pramana, Fendy Aji, Muinah Fadhilah, and Bernadetta Diansepti Maharani. "Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen*

*Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* 13, no. 05 (2024): 7–8.

- Praswati, Faris Fadhillah Zakiy; Aflit Nuryulia. “Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Konsumen Kopi Kenangan Di Solo.” *Indonesian Journal of Digital Business* 5 (2025).
- Pujangga, Muhamad Reza. “Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Coffee Shop di Kota Tasikmalaya)” 2024.
- Puteri, Qurrata; “Halal Label, Trust and Brand Loyalty Among Social Media Consumer for Food Business in Indonesia.” *Atlantis Press*, 2021.
- Putri, Helva Diansyah, and Imsar. “Pengaruh Merek Dagang Dan Negara Asal (County of Origin) Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Handphone.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no. 2 (2023): 2. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.280>.
- Putri, Shinta Dewi, Chandra Satria, and Bagus Setiawan. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)* 2, no. 1 (2022): 2–3. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v2i1.102>.
- Rafiqi, Tiara Aufa, and Reza Mubarak. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea Di Kota Surabaya.” *Al-Afkar: Journal for Islamic Studies* 8, no. 2 (2025): 2. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v8i2.2300>.The.
- Rahadi, Dedi Rianto. *Pengantar Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani, 2023.
- Rahadi, Dedi Rianto. *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 1st ed. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani, 2023.
- Rahayu, and Handayani Resti. “The Influence of Halal Labels, Social Media Promotion, and Word of Mouth (WOM) on Purchase Decisions of Ms Glow in Cilacap.” *Derivatives: Journal of Management* 17, no. 1 (2023): 9.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. 1st ed. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rahmawaty, Anita. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Konsep, Teori Dan Analisis*. 1st ed. Kudus: Idea Press Yogyakarta, 2021.
- Retno Iswari Tranggono, Fatma Latifah. *Buku Pegangan Ilmu Pengatahuan Kosmetik*. Edited by Joshita Djajadisatra. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2021.
- Rimbahari, Ana, Rina Eka Widjayanti, and Agniya Thahira. “Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di

- Platform Tiktok.” *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 6, no. 2 (2023): 3. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>.
- Rina Sari Qurniawati, Ari Prasetyo. “The Effect of Halal Label, Halal Awareness and Brand Trust on Purchase Intention of Halal Cosmetic Products.” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 2023.
- Riski Arip Ramadan, Syaefulloh. “Pengaruh Halal Labelization Dan Religiosity Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Trust Pada Fast Food Di Kota Pekanbaru.” *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17 (2023).
- Ritonga, Khairunnisa, and Abdul Rasyid. “Strategi Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Kuliner Pada Akun @ Kepdan \_ Kopi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2025): 4. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4355>.
- Riza Indriani, Hilma Harmen. “Pengaruh Country of Origin Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Buldak Bokkeummyeon (Samyang) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 8 (2023): 8.
- Rizka, F. “Pengaruh Korean Wave, Country of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Gen Z Di Bandar Lampung).” *Journal of Science and Social Research* 4307, no. 8.5.2017 (2025): 1–91. [http://repository.radenintan.ac.id/22337/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/22337/1/Pusat Bab 1 dan 2.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/22337/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/22337/1/Pusat%20Bab%201%20dan%202.pdf).
- Rohmad, Siti Sarah. *Pengembangan Instrumen Angket*. 1st ed. Puwokerto: Penerbit K-Media, 2021.
- Saddha Yohandi, Yuliana, Arwin, Lisa, and Ivone. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang.” *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 2 (2022): 2. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. 1st ed. Medan: KBM Indonesia, 2021.
- Saleh, Meylia Adillah; Vidiyana Anggrayni; Tita Rosalia; Mohamad Zein. “Product Country Image Skincare Korea Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur.” *Jurnal Riset Manajemen* 3 (2025).
- Salim, Nathalia Indah, and Laura Lahindah. “Pengaruh Country of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care Merek Innisfree Di Bandung.” *Journal of Accounting and Business Studies* 6, no. 2 (2021): 4. <https://doi.org/10.61769/v6i2.547>.
- Saputra, Farhan, Nurul Khaira, and Raihan Saputra. “Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature).” *Jurnal*

- Komunikasi Dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2023): 2.
- Saputra, Sopio, Sania Vereysita, Marcella Gouwami, Tri Lathifah, and Mesi Andayani. "Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk." *Jurnal Ekonomi* 6, no. 2 (2024): 3.
- Sari, Saidah Putri. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (2020): 2. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Sayyaf, Afifah Nur Millatina; Tanzil Fawaiq. "Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (2023): 3.
- Selsilia Apriliyanti, Eby, and Rusminah HS. "Pengaruh Country of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek Somethinc Pada E-Commerce Tiktok Shop Studi Pada Mahasiswa Universitas Mataram." *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)* 6, no. 1 (2025): 2. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v6i1.911>.
- Setiawati, Gita Ayuni Azhar; Aini Kusniawati; Iwan. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Suatu Studi Pada Konsumen CV. Lemona Cake & Bakery Outlet Padayungan Tasikmalaya)." *Business Management Abd Enterpreneurship Journal*, 2022.
- Simangunsong, Elisabeth, Ria Veronika Sinaga, and Yosefa Pasca Ulina Manihuruk. "Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 2 (2022): 5–6. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2138>.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoretik Dan Praktik*. 1st ed. Tanjung Barat: PT. RajaGrafindo Persada, 2020.
- Siti Khodijah, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto. "Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perspektif Islam." *Jurnal Riset Ekonomi* 2, no. 6 (2023): 2. <https://doi.org/10.2307/2589625>.
- Siti Sri Wulandari, Tresninda Pahlevi, Lifa Farida Panduwinata, Durinda Puspasari, Jaka Nugraha. *Buku Ajar Administrasi Ekspor Impor Berbasis Project Based Learning*, 2021.
- Slamet Widodo; *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct, 2023.
- Sri Ernawati, Iwan Koerniawan. "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16 (2023): 7.

- Stella. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Di Sociolla Di Jakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5 (2021).
- Sudarmi, Nasrullah Bin Sapa, Cut Muthiadin, Agus Syam, and Agus. “Kepatuhan Terhadap Prinsip Halal Dalam Industri Kosmetik: Implikasi Terhadap Preferensi Konsumen Muslim.” *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 4, no. 2 (2025): 2.
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Revisi. Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development)*. 4th ed. Yogyakarta: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulaiman Saat, Sitti Mania. *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Revisi. Makassar: Pusaka Almaida, 2020.
- Sulistyo Budi Utomo, Ety Nurhayaty, Pramudi Harsono, Edi Susilo. “Analisis Pengaruh Country of Origin Dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Pembelian Melalui Evaluasi Produk (Studi Kasus: Distributor Elektronik Maspion).” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi* 7, no. 4 (2023): 3.
- Sunday Ade Sitorus; *Brand Marketing: The Art of Branding*. Pematangsiantar: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Supriatna, Amarul; Yuda. “Kesadaran Masyarakat Tentang Label Halal Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Kota Serang.” *Jurnal Manajemen Perusahaan* 1 (2022).
- Suratini, Usna Indahlia, Imran S.M. Nur. “Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli Produk Skincare Wajah Korea Selatan Dengan Persepsi Kualitas Produk Sebagai Mediasi: Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Yapis Papua.” *Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia* 1 (2023): 1–8.
- Suryowati, Budi, and Nurhasanah. “Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal.” *Jurnal Kompleksitas* IX, no. 1 (2020): 11–20. <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/>.
- Susi Susanti, Mashudi. “Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan Terhadap Produk Dengan Label Halal.” *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022): 4–6.
- Susilawati, Iwan Setiawan; Erna. “Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Studi Kasus Cenghar Kopi.” *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting* 4 (2024).
- Syahza, Almasdi. *Metodologi Penelitian*. Revisi. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru, 2021.

- Tiolina Evi, Widarto Rachbini. *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. 1st ed. Tahta Media Group, 2022.
- Trishantini, Namira, Nia Kusstianti, Mutimmatul Faidah, and Dindy Sinta Magesari. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetika Perawatan Kulit Wajah." *E-Jurnal* 11, no. 2 (2022): 157–66.
- Ukkasah, Sangga Aritya, Moch Ardi, and Johan's Kadir Putra. "Legal Liability for Cosmetic Business Actors Who Do Not Have Distribution Permits." *Jurnal Lex Suprema* 1, no. 2 (2019): 9.
- Vita Melly Harsita, Syuhada, Ahmad Munir Hamid. "Pengaruh Label Halal, Persepsi Konsumen Dan Marketing Syariah Terhadap Minat Beli Skincare Safi Di Desa Sekaran." *Jurnal Murid* 2 (2023).
- Voutama, Larasati Mya Mulyono; Apriade. "Analisis Tren Penggunaan Kosmetik Berdasarkan Jenis Kulit Dan Gender Dengan Business Intelligence." *Jurnal Pustaka Galeri Mandiri* 5 (2025).
- Warastuti, Monika Palupi Murniati; Vena Purnamasari; Stephana Dyah Ayu; Agnes Advensia; Ranto Sihombing; Yusni. *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Unika Soegijapranata, 2013.
- Wardhana, Adhitya. *Minat Beli Konsumen*. Edited by Mahir Pradana. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Wardhana, Aditya. *Brand Management In The Digital Era - Edisi Indonesia*. 1st ed. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Wardhana, Aditya. *Costumer Behavior In The Digital Era 4.0*. Edited by Mahir Pradana. Eureka Media Aksara, 2024.
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. 1st ed. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024.
- Widyadari, Dwita Putri, and Tri Yulistyawati Evelina. "Pengaruh Country of Origin Dan Korean Wave Terhadap Purchase Decision Produk Nacific Di Indonesia." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 10, no. 1 (2024).
- Wijayanto, Nabila Dhani Fajriati; Andhi. "Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lokal Pada Konsumen Indonesia." In *Book Chapter Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Semarang, 2025.
- Wulandini Az Zahrah; Istyakara Muslichah; Wan Nur Fazni Wan Mohamad Nazarie, "The Role of Electronic Word of Mouth on Halal Brand Image and Purchase Intention in Halal Cosmetic," *Asian Journal of Islamic Management* 5 (2023).
- Yamini, Era agustina, and Nisa Andriani. "Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare Innisfree (Studi Pada Remaja Perempuan Di Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah)." *At-Thariqah: Jurnal*

- Ekonomi* 4, no. 1 (2024): 3. <https://doi.org/10.47945/at-thariqah.v4i1.954>.
- Yener, Dursun. "The Effects of Halal Certification and Products Features on Consumer Behavior." *International Journal of Management Studies*, 2022.
- Yosefine, Cinty, and Herlina Budiono. "Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2023): 5. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23395>.
- Yunis Nadhifah Susmikawati, Sunarti. "Pengaruh Country of Origin Terhadap Perceived Quality Dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli Kamera Mirrorless Fujifilm X-Series Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 49 : 5.
- Zakaria, Saling; "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 7 (2024).
- Zhalsabillah Putri Ningrum, and Viorella Christina Usmany. "Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Brand Berrybenka." *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2025): 29–37. <https://doi.org/10.62383/kajian.v2i1.85>.