

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Sosial Media Modern*. Bening Media Publishing.
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies*.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Amelia, R., & Rizal, S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik emina dengan minat beli sebagai variabel intervening.
- Anjarsari, D., & Rahmi, P. P. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Two Way Cake Pixy di TikTok Shop.
- Annisa, T. N., Sari, D. K., & Suparno, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Word Of Mouth Pada UMKM Lela Dusun Ngroto Desa Sumogawe.
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arafah, R. N., & Subali, S. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 361–367. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p361-367>
- Arytie, Subagyono, B. S., Silvia, F., Chumaida, Z. V., & Usanti, R. P. (n.d.). *Perlindungan Konsumen Muslim atas Produk Halal. 2020*.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences (2nd ed.)*. Hillsdale: NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Daswan, L., Lestari, T. D., Fauzan, Markoni, & Haftini. (2024). Pengaruh E-WOM dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui.

- Efendy, M. (2024). Pengaruh *social media marketing activity* terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh brand image dan brand trust pada produk Pink Rabbit Softlens
- El-Farobie, F., Muharir, & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Klinik Elsha Kota Palembang).
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2020). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan pada PT. Liza Christina Garment Industri.
- Fellicia, V. A., & Hidayati, R. (2024). Pengaruh interaktivitas pemasaran media sosial dan kepercayaan merek terhadap pengambilan keputusan pembelian (Studi pada pelanggan Scarlett Whitening di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 13(3).
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23: Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. SAGE Publications.
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*.
- Hanjaya, B. S., Budiharjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Meilani Tri Hapsari, J. S., . . . Permana, A. A. (2022). *Social Media Marketing*. Padang.
- Jaya, C. L., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2022). Pengaruh sosial media marketing terhadap kepuasan pelanggan di the wrappers. 1-7.
- Khittah, A., Choiriyah, F. U., & Agustin, G. N. (2023). Pengaruh Label dan Harga Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Jember). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 157–176.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing (18th Ed)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson. Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill
- Kuntardina, D., & Adiputra. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelia.
- Latiel, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla.
- Liengard, B. D., Sharma, P. N., Hult, G. T., Jensen, M. B., Sarstedt, M., . . . Ringle, C. M. (2021). *Prediction: Coveted, Yet Forsaken? Introducing a Cross-Validated Predictive Ability Test in Partial Least Squares Path Modeling*. *Decision Sciences*.
- Limanseto, H. (2024). Siaran Pers HM.4.6/40/SET.M.EKON.3/02/2024. Indonesia, Kementrian Koordinator Perekonomian Republic.
- Ma'rifah, F. C., Nasution, U. C., & Pujianto, A. (2024). Pengaruh Beauty Influence, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Npure Face Toner.
- Mahendra, D., & Tobing, R. P. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 166–187.
<https://doi.org/10.59059/jupiekes.v3i1.2124>
- Maknunah, L. U., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2023). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Blitar.
- Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kosmetik Emina di Jakarta Selatan): Universitas Budi Luhur. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi(JEBISMA)*, 2(1).
- Mutriningsih, D. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi.

- Mutriningsih, R. (2023). Word of mouth sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 55-63.
- Nainggolan, N. T., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Hastuti, P., . . . Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*.
- Nisita, L. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc di Kota Surakarta.
- Nizar, M. A., Akbar, A., & Prasetyo, A. R. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Perawatan Pria.
- Nurahim, A. D. (2023). PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA IAIN MANADO.
- Nurjanah, S. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal di kota Semarang .
- Pahlevi, R. (2022). *Databooks*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/be642822a2b29fd/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>
- Pancaningsi, R., Baiq, S. H., Latifah, R. N., Wangsit, A. N., Handayu, M. D., Rahmawati, E., . . . Zain, M. F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store di Sukaharjo.
- Pancaningsih, A., Hasan, A., & Nurdin, S. (2022). Peran media sosial dalam strategi pemasaran digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 87–96.
- Panggabean, A. D. (2024). *Radio Republik Indonesia (RRI)*. Retrieved from [https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20Terpopuler%20:%20*%20Youtu.be,:%2089%20juta%20pengguna%20\(34%2C7%20dari%20populasi](https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20Terpopuler%20:%20*%20Youtu.be,:%2089%20juta%20pengguna%20(34%2C7%20dari%20populasi)
- Panjaitan, F. R. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian kosmetik dan Obat-Obatan yang Berlabel Halal.

- Pratama, A. (2025). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Produk, Kualitas Produk, Sikap Konsumen dan Promosi terhadap Purchase Decision dan Dampaknya terhadap Repurchase Intention Marketplace Tokopedia.
- Purwantoro, Aini, Y., Hidayat, H., Arrafiqurrahman, A., & Afrizal, A. (2023). The effect of online customer review and online customer rating on the trust and interest of consumer purchases.
- Putri, D. P., & Sukardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Distribusi dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Produk.
- R.Bougie, & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.
- Rahmawati, A. (2023). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 101-111.
- Rahmawati, F. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Label Halal dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.
- Sarstedt, M., Hair, J., Pick, M., Liengard, B., Radomir, L., & Ringle, C. (2022). Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. *Psychology and Marketing*.
- Selvia, D., Tumbel, A., & Djemly, D. (2022). . Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 22-30.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Sofa, S. S. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro [Tugas Akhir, IAIN Metro]. Repository IAIN Metro.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buting, Having and Being. New Jearsey: Pearson*.
- Striani, R., Mutia, A., & Sudharyati, N. (2024). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi.

- Suhardi, M. F. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing*, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dear Me Beauty. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiarto, W. A., & Hanif, R. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 18(2), 605–616. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i2.4275>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). PLS-SEM for Multivariate Analysis: A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS. *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*, Vol. 4 No.3, <https://doi.org/10.35877/454RI.eduline2861>.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suratman, D. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Bordir Risqy Collection.
- Wijaya, P. (2023). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah di BTP Residence Bekasi.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.