

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. (2020). *Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu*. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 1(2), 121.
- Ardani, W. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen*. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Andriyanti, E. M. Y., & Prabowo, B. (2023). *Analisis Pengaruh Variabel-Variabel terhadap Pembentukan Brand Loyalty Produk Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel*. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 305-317.
- Chen, S. (2022). *Pengaruh Influencer Kecantikan Dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli*. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 18–32.
- Des Derivanti, M.I.Kom, A., Wahidin, D. W., & Mutiarani Warouw, D. (2022). *Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Skincare Melalui Media Platform Digital Di Era Covid-19*. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1617–1628.
- Fauzia, D. R. S., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 37-46.
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi*. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 9(2), 183–192.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Hayani, N. (2019). *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru*. *Al-Amwal*, 8(1), 31-44.
- Hamizah Berliana Rizal, H. (2023). *Pengaruh Review Beauty Influencer, Gaya Hidup Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc*. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779
- Kusuma, R. P., & Kurniawati, R. (2022). *Pengaruh Halal Knowledge, Religiusitas, Sikap Konsumen Generasi Z Terhadap Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal*. *Ekonomi Bisnis*, 28(1), 91–99.
- Lestari, V. W. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 9-16.
- Novy, I. S. (2020). *Pengaruh Beauty Influencer Melalui Konten Review Produk*

Kecantikan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian

- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). **Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc**. *Agora*, 10(1).
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2021). Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302 - 7061. 12(02), 221–232.
- Ramadhan, Y. (2022). **Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Apel Impor Di Kota Surabaya** (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Rachmat, Z. (2023). Bab 1 **Konsep Dasar Pemasaran**. Manajemen Pemasaran Perusahaan, 1.
- Sugiyono. (2019). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta CV
- Sholiqah, N., & Fikriyah, K. (2022). **Pengaruh Online Consumer Review Influencer Tiktok dan Label Halal terhadap Minat Beli**. *Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2412–2431.
- Syahputri, R. Z. (2022). **Analisis Perilaku Konsumen Mahasiswi Terhadap Pembelian Skincare Dalam Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Dan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)** (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Sari, D. M. (2023). **Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik Di Pasar Modern Kota Jambi**. Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Sonata, S. L. P., & Astuti, B. (2023). **Pengaruh Interaksi Media Sosial Terhadap Niat Beli Dan Keterlibatan Perilaku: Faktor Sumber Dan Konten Sebagai Peran Mediasi**. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa*
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). **Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer**. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145-154.