

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Aryanto, A. (2021). *Raih Angka Penjualan 71 Ribu Lebih, Evangeline Sabet Top Official Store Award 2021*. <https://infobrand.id/raih-angka-penjualan-71-ribu-lebih-evangeline-sabet-top-official-store-award-2021.phtml>
- Aryanto, A. (2021). *Raih Angka Penjualan 71 Ribu Lebih, Evangeline Sabet Top Official Store Award 2021*. <https://infobrand.id/raih-angka-penjualan-71-ribu-lebih-evangeline-sabet-top-official-store-award-2021.phtml>(akses:pada tanggal 20 Desember 2023 jam 23:12)
- Dewi, F. M. (2022). Perilaku Konsumen, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Brand X. *Jurnal Cafeteria*, 3(2), 127–134.
- Dhania, R., & Hardian, H. (2020). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di Sumatera Barat pada PT. Elang Perkasa Motor. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 217–226. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.969>
- Efendi, A. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Produk Pengetahuan tentang Keputusan Pembelian Produk Halal Fashion. *Jurnal Pemasaran Digital Dan Industri Halal*, 2(2), 145–154.
- Febrinastri, F., & Fadilah, R. (2023). *Meningkatnya Tren Usaha Parfum di Indonesia dengan Manufaktur Kontrak*. <https://www.suara.com/lifestyle/2023/09/06/141953/meningkatnya-tren-usaha-parfum-di-indonesia-dengan-manufaktur-kontrak>
- Fimela. (2023). *Berawal dari Suka Parfum, Kini Sukses Membangun Brand Parfum Lokal Terpercaya*. <https://www.fimela.com/beauty/read/5286919/diary-fimela-berawal-dari-suka-parfum-kini-sukses-membangun-brand-parfum-lokalterpercaya?page=3>
- Ghozali, I. (2021). *partial least square: konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed)*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ginting, J. N. (2023). *Perancangan Sistem Informasi Data Pembelian dan*

- Penjualan Obat pada Apotek Thamrin Medan Menggunakan Visual Studio.Net. *LOFIAN: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(2), 8–13. <https://doi.org/10.58918/lofian.v2i2.204>
- Guide, B. P. (2023). *Jangan Ragu Pakai Parfum, Ini Rekomendasi 30 Parfum Halal untuk Kamu Rekomendasi para Pakar!* <https://bp-guide.id/AXTlghl6>
- Halizah, S. N., Retnowati, E., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Issalillah, F. (2022). Determinants of Customer Trust: A Study on Safety, Ease-of-use, and Perceived usefulness of Herbal Products of Kuku Bima Ener-G. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 86–92. <https://doi.org/10.47065/jtear.v2i4.266>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). *Kosmetik Wardah ( Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota*. 3(1), 40–52.
- HM, R. (2021). *Evangeline, Inovasi Parfum Milenial yang Tahan Lama Dengan Kemasan Elegan*. <https://suarapemerintah.id/2021/03/evangeline-inovasi-parfum-milenial-yang-tahan-lama-dengan-kemasan-elegan/>
- Jusuf, D. I., & Munandar, D. (2021). the Effect of Consumers' Behavior and Perceived Risk on Purchase Decisions Among Online Shop Consumers. *Trikonomika*, 20(2), 90–96. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i2.4980>
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14377/14161>
- Kristina. (2021). *Ada 3 Jenis Iklim di Indonesia, Salah satunya Dipengaruhi Arah Angin Baca artikel detikedu, “Ada 3 Jenis Iklim di Indonesia, Salah satunya Dipengaruhi Arah Angin” selengkapnya* <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5715133/ada-3-jenis-iklim-di-indonesia-s>. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5715133/ada-3-jenis-iklim-di-indonesia-salah-satunya-dipengaruhi-arrah-angin>
- Lumintang, F. Y., Johnly, R., Lucky, P., Program, F. T., & Bisnis, S. A. (2022). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution Kota Manado*. 3(4), 2022.
- Monoarfa, H., Juliana, J., Karim, R. A., Rida, S., Islam, K., Pendidikan, F., & Indonesia, U. P. (2023). *al-Uqud : Jurnal Ekonomi Islam Kesadaran halal tidak dapat meningkatkan niat membeli produk perawatan kulit impor*. 54–66.

- Nupuspitasari, D. A., Hardinawati, L. U., & Subagio, N. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. *VALUE: Journal of Business Studies*, 1(2), 194. <https://doi.org/10.19184/value.v1i2.35394>
- Populix. (2023). *Indikator dalam Penelitian: Definisi, Komponen Dasar, Fungsi*. <https://info.populix.co/articles/indikator-adalah/>
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Putri, S. D. (2021). Analisis Deskriptif Hadis tentang Halal Food. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 285–295. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14567>
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 542–563. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>
- Ridwan, D. A., & Rahman, B. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Penerimaan Raskin (Beras Miskin) Pada Kecamatan Kendari Barat Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Simtek : Jurnal Sistem Informasi Dan Teknik Komputer*, 4(1), 25–31. <https://doi.org/10.51876/simtek.v4i1.45>
- Salam, N. F. S., Manap Rifai, A., & Ali, H. (2021). Faktor Penerapan Disiplin Kerja: Kesadaran Diri, Motivasi, Lingkungan (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 487–508. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1.503>
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Sangadji, E.M., Sopiah, . (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, S., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sirait, M. B., & Nuswantara, B. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Singkong Keju Di Argotelo Salatiga. *Ziraa'Ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 46(3), 343.

<https://doi.org/10.31602/zmip.v46i3.5253>

- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.52851/wt.v1i1.5>
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, S., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tanjung, A., Aeni, N., Mangahas, V. R., Economics, F., & Bangsa, U. P. (2023). *Digital Marketing and Product Variation on Purchase Decisions Moderating by Packaging*. 01(01), 47–53.
- Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 225–239. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i2.781>
- 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