

DAFTAR PUSTAKA

- Adewiyah, R., & Bawono, A. (2023). The Effect of Islamic Capital Market Instruments on Indonesia's Economic Growth is Moderated by The Money Supply. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 73–96. <https://doi.org/10.32678/ije.v14i1.413>
- Aditya, Ricky., & Wardhana, Aditya. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging Line di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24-32. <https://journal.uii.ac.id/JSB/article/view/4427/3909>. (SINTA 2)
- Amin, N. F. (2021). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1).
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Brune Diricq. (2024). *2024 Half-Year Results*. L'Oréal Paris. <https://www.loreal-finance.com/eng/news-release/2024-half-year-results>
- Christyawan, H., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Brand Satisfaction dan Brand Trust Berbasis Brand Value Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Apple Iphone di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 75–91. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.75-91>
- Claire Cheng. (2024). *What is 'Halal beauty'? Muslim-friendly makeup brands trending in 2024*. Watsons. <https://www.watsons.co.id/id/blog/makeup/what-is-halal-beauty-muslim-friendly-makeup-brands-trending-in-2024>
- Dewi, E. T. K., Agoestanto, A., & Sunarmi. (2016). Metode Least Trimmed Square (Lts) Dan Mm-Estimation Untuk Mengestimasi Parameter Regresi Ketika Terdapat Outlier. *Journal of Mathematics*, 5(1), 47–54. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm/article/view/13104>
- Dimas Hardian Putra, & Ginanjar Rahmawan. (2022). Analisis Pengaruh Citra

- Merek, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Di Sukoharjo. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 387–394. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3850>
- Dwitri Waluyo. (2023). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Indonesia.GO.ID Portal Informasi Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In *Universitas Terbuka* (Vol. 9, Issue 1). <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com>
- Faza, F. F. (2024). *Pengaruh Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, dan Review Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*. Telkom University.
- Febryanti, A. A., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 30–39.
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Ranggana Putra, A., Rustandi, N., Trenggana, A., Syahputra, Rahayu, D., Suherman, A., Huda, A., Buhanudin, J., Pratiwi, C., Pertiwi, W., Fatira, M., & Yudawisastra, H. (2022). Teori Marketing. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS (EIGHTH EDITION)*. Annabel Ainsco.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. Springer Nature Switzerland AG. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Haji Abd Wahab, M., & Wan Razali, W. M. F. A. (2021). Konsep Agama, Islam, Ilmu Dan Akhlak Oleh Syed Muhammad Naquib Al-Attas Dalam Islam:

<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0210>

- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). METODE PENELITIAN. In M. Pradana (Ed.), *EUREKA MEDIA AKSARA* (Cetakan Pe). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Ibnu, S. (2022). Metodologi Penelitian. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 12–26.
- Indrawati, Putri Yones, P. C., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM via the TikTok application and its influence on the purchase intention of something products. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Investing. (2023). *L'Oréal Income Statement*. Investing.Com. <https://id.investing.com/equities/l-oreal-income-statement>
- Jean-Paul Agon. (2024). *A global flotilla of complementary brands*. L'Oréal Groupe. <https://www.loreal.com/en/our-global-brands-portfolio/>
- Joseph F. Hair Jr, G. Tomas M. Hult, C. M. R. · M. S., & Ray, N. P. D. · S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature Switzerland AG.
- Khoiruman, M., & Wariati, A. (2023). Analisa Motivasi Boikot (Boycott Motivation) Terhadap Produk Mc Donald Di Surakarta Pasca Serangan Israel Ke Palestina. *Excellent*, 10(2), 247–257. <https://doi.org/10.36587/exc.v10i2.1582>
- Luhglatno, Sani, I., Zulkarnain, I., & Sembiring, R. S. R. (2024). Perilaku Konsumen. In *CV.Eureka Media Aksara*.
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.49600>
- Mangruwa, R. D. (2024). How is Indonesia's 5G Telecommunication Industry? Case Study of Promotion on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *2024 International Conference on Data Science and Its Applications (ICoDSA)*, X, 162–167. <https://doi.org/10.1109/icodsa62899.2024.10651832>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mas'udi, M. M. (2019). Toleransi dalam Islam (antara Ideal dan Realita). *Jurnal Studi Agama-Agama*, 5(1), 15–35. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/>
- Novianto Margarena, A., Fauzi, I., Aziz, A., Fahma Auliya, Z., Perencanaan, B., Pengembangan Daerah Kota Salatiga, dan, Negeri Bandung, P., Ngudi Waluyo, U., & Raden Mas Said Surakarta, U. (2024). Kesadaran Umat Muslim Dan Informasi Boikot Produk Terhadap Perilaku Pembelian Melalui Niat Pembelian. *Jurnal Maneksi*, 13(3), 552–557.
- Oramesti, E. A., & Wardhana, A. (2022). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap. *Journal of Management & Business*, 4(3), 615–627. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>
- Petruzzi, D. (2023). *Revenue of the leading 10 beauty manufacturers in 2023*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/243871/revenue-of-the-leading-10-beauty-manufacturers-worldwide/>
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Philip Kotler. (2019). Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia. In *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta (Vol. 53, Issue 9)*. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M., & Denok Sunarsi, S.Pd., M. M. Ch. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della (ed.)). Pascal Books; Pascal Books.
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 159–177. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model

- (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Rahadi, D. R., & Farid, M. (2021). Analisis Variabel Moderating. In *CV. Lentera Ilmu Mandiri* (Vol. 7, Issue 2).
- Rahmadya, D. (2023). Strategi L'Oreal Indonesia Dalam Mempertahankan Kualitas Dan Keaslian Produk Untuk Sertifikasi Halal. *SIYAR Journal*, 3(1), 63–73. <https://doi.org/10.15642/siyar.2023.3.1.63-73>
- Rahman. (2022). Metode Pengumpulan Data Sekunder. In *Asik Belajar* (Issue 10).
- Rahmatullah, R. R., & Mangruwa, R. D. (2023). Apakah Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Viral? *Jurnal E-Bis*, 7(2), 601–609. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1264>
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>
- Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17438>
- Robert Lewis. (2024). *cosmetic*. Britannica. <https://www.britannica.com/science/body-modifications-and-mutilations/The-limbs-and-extremities>
- Rosyidah, M. M. (2020). *BUKU AJARMATA KULIAHSTATISTIKA“Aplikasi di Dunia Kesehatan*. UMSIDA PRESS. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6081-03-7/741>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sa'dam, A. A., & Albari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*,

- 02(01), 156–168. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research, November*, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Singh, S., Kaur, R., & Dana, L. P. (2024). Partial least squares structural equation modeling. In *Women Entrepreneurs*. <https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, S., Mulyani, M., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Sudarijati, ., Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503>

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Team L'Oréal Paris. (2024). *L'Oréal Paris Our History*. L'Oréal Paris. <https://www.loreal-paris.co.id/our-history>
- Tegar pangesti. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(no 2), 83–93. <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>
- Tohardi, A. (2019). Metodologi Penelitian Sosial Plus. *Tanjungpura University Press*, 1(December 2021), 41.
- Ukkasah, S. A., Ardi, M., & Putra, J. K. (2019). Legal Liability for Cosmetic Business Actors Who Do Not Have Distribution Permits. *Jurnal Lex Suprema*, 1(2), 1–16.
- Umami, R., Asep Muhamad Ramdan, & R. Deni Muhammad Danial. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Produk Halal Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Pada Konsumen Muslim. *Sketsa Bisnis*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i1.2027>
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.
- Wardhana, A. (2022). Penelitian Survei, Proses Penelitian, Masalah Dan Hubungan Antar Variabel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, April, 17–25.
- Wardhana, A. (2023). Skala Pengukuran Dalam Penelitian. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 112.
- Wardhana, A., Pradana, M., Shabira, H., Aji Buana, D. M., Nugraha, D. W., & Sandi, K. (2021). The influence of consumer behavior on purchasing decision process of tokopedia e-commerce customers in Indonesia. *Proceedings of the*

International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 5929–5934. <https://doi.org/10.46254/an11.20210998>

- Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). Service Quality and Brand Reputation as Antecedents of Brand Choice: The Case of Ride-Hailing Applications in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 10(3), 387-400. DOI: [10.15549/jeecar.v10i3.1033](https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i3.1033) (SCOPUS Q3).
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Service Quality & e-Service Quality in The Digital Edge*. Edisi Indonesia. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Yulita, H., Widhianto, C. W., & Sari, D. P. (2024). Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan dan Kualitas. *Jurnal E-Bis*, 8(1), 229–240. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1304>
- Yuniarti, A., Hartono, K., & Nurwirum, N. (2023). *Pengaruh Sikap Relatif dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Lucki Cell Pompanua Kabupaten Bone*. 2(1), 44–52.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020a). Manajemen Kualitas. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Yusri, A. Z. dan D. (2020b). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).