

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Amherst: University of Massachusetts.
- Ariestania, V. R., & Dwiarta, I. M. B. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 12-18.
- CNN Indonesia. (2021, 1 November). *Mengenal apa itu skincare hingga urutan penggunaannya*. Diakses pada 2 Januari 2025, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211101160520-282-715109/mengenal-apa-itu-skincare-hingga-urutan-penggunaannya>
- Compass. (2024). *Penjualan produk perawatan kulit lokal semakin diminati*. Retrieved December 6, 2024, from <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- Erida, E., & Rangkuti, A. S. (2017). The effect of brand image, product knowledge and product quality on purchase intention of notebook with discount price as moderating variable. *Journal of Business Studies and Management Review*, 1(1), 26-32.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: deepublish.
<https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Ghozali, I. (2021). *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. United Kingdom: Cengage.
- Hanafiah, A., Laylatushufa, N., Ahmad, F. S., Wibowo, M. W., & Nusraningrum, D. (2023). Purchase Intention of Halal Lip Cosmetics on Shopee among Youth Generation: An Investigation using Theory of Planned

- Behavior. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(3), 282–299.
<https://doi.org/10.12695/jmt.2023.22.3.5>
- Ikhsan, R. R. N., & Sukardi, S. (2020). Pengaruh religiusitas, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat membeli produk kosmetik halal di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 49-55.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, 27 Juni). *Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor dan turut mendukung penguatan blue economy*. Diakses pada 2 Januari 2025, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Muâ, A., Munir, M., & Rokhim, A. (2020). Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli produk makanan dan minuman dalam kemasan berlabel halal di supermarket kabupaten Jember. *Jurnal Istiqro*, 6(2), 154-169.
- Peter, J. Paul., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Prayoga, I. C., & Artanti, Y. (2021). Peran Kredibilitas Influencer, Pengetahuan Produk, dan Negara Asal pada Niat Beli Smartphone Oppo A9 2020. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 111.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.10101>
- Putri, N. F., & Hayuningtias, K. A. (2024). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Terhadap Niat Beli Produk Skincare Halal Pada Gen Z. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 3610-3618.

- Rismawan, I. M. ., (2017). Peran Price Discount Memoderasi Pengaruh Product Knowledge dan Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 264–288.
- Rupianti, R., & Nashohah, D. (2023). Implementasi Theory Of Planned Behaviour Terhadap Purchase Intention Produk Halal Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 242-256.
- Sciffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Harlow, England.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, D. R. A., Putra, H. B., & Sutejo, B. (2023). Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal oleh Konsumen Muda. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 833-851.
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20.
<https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Wardah Beauty. (n.d.). *Wardah Beauty*. Diakses pada 2 Januari 2025, dari <https://www.wardahbeauty.com/id>
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32.
<https://doi.org/10.20473/jaki.v5i1.2017.32-40>
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmarPLS 3.2.8* (2nd ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.