

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, M., Mutamimah, F., Syah, F. R., Saraswati, H., Sudrajat, B., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 18–34.
- Al-Djufrie, M. A. (2022). Pengaruh Product Knowledge, Harga Produk, dan Product Packaging Design terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Artfresh. *Performa*, 6(5), 390–398.
- Aliyah, L. N., Imron, A., Sabrina, N. P., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Wardah di Kalangan Muslimah. *IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1, 373–386.
- Avoskin. (2021). *Avoskin*. <https://www.avoskinbeauty.com/>
- Bayu. (2024). *10 Tahun Avoskin, Pendapatan Tumbuh dan Incar Ekspansi Global*. FORTUNE Indonesia. <https://www.fortuneidn.com/business/bayu/10-tahun-avoskin-peningkatan-pendapatan-sampai-masuk-pasar-global>
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Febyana, S. D., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9, 68–73.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, Imam (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. A., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Pramananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986–992.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Gedrag & Organisatie*.
- Katadata. (2021). *Katadata Insight Center*. <https://kic.katadata.co.id/>
- Kementerian Agama Republik Indonesia (2020). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Kementrian Agama Republik Indonesia.

- Kiftiah, T., Tarigan, E. D. S. T., Sahir, S. H., & Siregar, D. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Tupperware di Jalan Setia Budi). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 203–217.
- KOMPAS. (2024). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global*. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Manajement* (15 Ed) Pearson Education Limited
- Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.
- Mishra, P., & Sharma, P. (2014). Green Marketing: Challenges and opportunities for business. *BVIMR Management Edge* 7.
- Nusraningrum, D., Mekar, T. M., & Gunawan, J. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek dan keputusan Pembelian Aqua dan Le Minerale. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(3), 182–190. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>
- Prameswari, C. A., Wijaya, R. S., & Marseto. (2024). Strategi Pengembangan Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Skincare Cozy Cosmetic. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 329–339.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33
- 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), 1–13
- Putri, A. K., Pratiwi, N. M. I., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Pada Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–5.
- Rahmadani, W., & Magdalena, M. (2024). Green Marketing, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Bening ' S Di Rosi Store Solok-Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 108–117.
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin. *Jurnal Pendidikan Tata Negara (JPTN)*, 11, 305–312.

- Rozalinna, G. M. (2022). *Konsumsi Produk Sustainable Beauty di Masa Pandemi : Menjaga Kesadaran Ekologis ataukah FOMO (Fear of Missing Out)* 57–79.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Shaari, D. J. A. N., & Arifin, M. N. S. (2010). *Pages_from_Dimension_of_Halal_Purchase.pdf*.
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64
- Subagyo, & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani, R. D., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7, 172–188.
- Tarigan, E. B., Nofiawaty, N., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1618–1629
- Wiyono, Gendro (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmarPLS 3.2.8* (2nd ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yazid, M. S., & Siswanto, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan MS Glow di Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 2(November 2023), 1–11.