

DAFTAR PUSTAKA

- Afendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145.
<https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- Alitakrim, S. N., Monoarfa, H., & Firmansyah, F. (2021). Analysis of the Influence of Islamic Branding, Halal Awareness and Product Quality on the Purchase Decision of Soka Brand Halal Socks. *Review of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 117–136. <https://doi.org/10.17509/rief.v4i2.41126>
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Ikonomika*, 4(2), 227–242.
<https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>
- Aniesa Samira Bafadhal Diah Retno Sufi, F. E. P. (2018). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk di Kota *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 37–46.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776>
<http://repository.ub.ac.id/165515/>
- Asbari, M., Santoso, P. B., & Purwanto, A. (2019). Pengaruh Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Inovatif pada Industri 4.0. *Jim UPB*, 8(1), 7–15. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1562>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>

- Chandra Gregorius. (2017). Strategi dan Program Pemasaran. *ANDI*, 155.
- Farmasi, P. S., Indonesia, U. K., & Jaya, A. (2023). *Edukasi terkait keamanan kosmetik kepada masyarakat*. 01(02), 101–113.
- Fauziah, S., & Al Amin, N. H. (2021). the Influence of Product Knowledge, Religiosity, Halal Awareness of Purchasing Decisions on Halal Products With Attitude As a Mediation Variable. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(2), 249–266. <https://doi.org/10.22515/jmif.v1i2.4690>
- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Islamic Economics and Business Review. *Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas ...* (No, 1(1), 45–58.
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=yz8KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg>

=PA216&dq=Teknik+analisis+yang+dipakai+pada+riset+ini+yaitu+data+sekun
der+dengan+metode+penelitian+kuantitatif,+hal+ini+yang+membuat+peneliti+
harus+menemukan+hubungan+ataupun+pengaruh+dar

- Iriani, S. S. (2019). The Effect of Religiosity on the Purchasing Decisions of Halal Labeled Food Products. *East African Scholars Journal of Economics*, 2(10), 1–8. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2019.v02i10.005>
- Isa, M., Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.123>
- Jailani, D. P., & Patrie, H. (2019). Analisa dan Rancangan Sistem Informasi Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada Toko Seruni Parfum. *Jurnal IDEALIS*, 2(5), 98–105.
- Joseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, N. P. D. & S. R. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Kaakinen. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.
- Kepemimpinan, D., & Organisasi, B. (2020). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*. 9(1), 19–27.
- Ketut Swarjana, S.K.M., M.P.H., D. P. H. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN: Edisi Terbaru*. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=T7HJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Penelitian+ini+menggunakan+deskriptif+kuantitatif.+Analisis+kuantitatif+untuk+penelitian+yang+mengacu+dapat+pada+sampel,+yang+dalam+statistik+dikenal+sebagai+statistik+parametrik+>
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding,

- Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>
- Kusumastuti, D. K. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27–50. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>
- M. Wahyu Ayatullah, & M. Ruslianor Maika. (2022). Analisis Bibliometrik Perkembangan Fashion Muslim: Publikasi Ilmiah Di Negara-Negara Dunia. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 155–170. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9432](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9432)
- Mahendri, W., Darsono, J. T., & Firdiansjah, A. (2020). The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 1739–1746. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1105>
- Masrul, I. S., & Sevie. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal Inggritia Safitri Masrul Sevie. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 22(No. 1), 57–72. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868–884. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). The Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Satisfaction and Loyalty of Sharia Hotel Customers in Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 226. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340>
- Meinawati, T., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan Internet Financial Reporting pada Perusahaan Manufaktur yang

- terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 412. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.253>
- Meita Sondang Riski, C. F. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI ROTI DI SANGATTA. *Jurnal Eksis*, 17 (1). <http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/eksis/>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>
- Muhammad Munir, Khoirul Hidayat, Muhammad Fakhry, M. F. F. M. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN HALAL, KESADARAN HALAL (HALAL AWARENESS) DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JAMU MADURA. *AGROINDUSTRIAL TECHNOLOGY JOURNAL*.
- Mulyandi, C. dan M. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Penggunaan Aplikasi Airyrooms). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(9), 5–48.
- Murti Wijayanti. (2022). International Journal of Education , Information Technology and Others (IJEIT). *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 5(2), 389–399. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5851660>

- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Nofianti, K. dan S. R. (2019). Kesadaran Dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis Umkm Di Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, 2.
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–46. <https://doi.org/10.37058/jes.v6i2.3897>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Pelatihan, M. (2018). *STRUCTURAL EQUATION MODEL PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) DENGAN SMARTPLS*.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

- Pohan, H., & Sinaga, D. E. (2020). Penerapan Metode Moora Dalam Menentukan Parfume Terbaik Berdasarkan Kepribadian. *KESATRIA: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, 1(2), 59–63.
<https://doi.org/10.30645/kesatria.v1i2.21>
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Perkembangan dan pertumbuhan trend perilaku berbelanja konsumen yang saat ini lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan , maka timbul. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Prof. Dr. Lela Nurlaela Wati, S. M. C. C. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis Terapan Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS, dan AMOS. *Percetakan Mujahid: Bandung*.
- Rahmawati, L., & Fitriani, E. N. (2021). Purchase Decisions of Muslim Clothing Influenced by Halal Lifestyle, Product Quality, Price with Religiosity as Moderation. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 269–281. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.28>
- Report., S. of the G. I. E. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report Thriving in Uncertainty*. 1–178.
- Rizky, M., Fachruddin, I., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(November), 1–10.
- Rosanti, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Tabungan Rencana

- di Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 2(1), 9–14.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v2i1.13>
- Salasbila, I. E., & Ramdhan, D. (2022). Influence of Tiktok Marketing Content and Halal Awareness on Purchasing Decisions with BPOM Attributes as Intervening. *IJEIT: International Journal of Education, Information Technology and Others*, 5(1), 92–102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6578761>
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 23–38. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/5127/4010>
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). *PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA , BRAND AWARENESS , PURCHASE*. 12(1), 47–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Septiani, Udayana, H. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
<https://doi.org/10.32493/drb.v5i1.17205>
- Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperiman*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W2vXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=riyanto+%26+hatmawan+2020&ots=Zgwj0PK6CU&sig=WfvMyjexeuPEwVG8z1J2UcfRc_g&redir_esc=y#v=onepage&q=riyanto %26 hatmawan 2020&f=false
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. *ANDI, Yogyakarta*.

- Susanti, R. (2019). Sampling Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 16, 187–208. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.543>
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>
- World Population Review. (2023). *Muslim Population by Country 2023*. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>
- Zakaria. (2022). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas. *Journal of Legal and Cultural Analytics*, 1(2), 113–124. <https://doi.org/10.55927/jlca.v1i2.934>
- Afendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- Alitakrim, S. N., Monoarfa, H., & Firmansyah, F. (2021). Analysis of the Influence of Islamic Branding, Halal Awareness and Product Quality on the Purchase Decision of Soka Brand Halal Socks. *Review of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 117–136. <https://doi.org/10.17509/rief.v4i2.41126>
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Ikonomika*, 4(2), 227–242.

<https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>

- Aniesa Samira Bafadhal Diah Retno Sufi, F. E. P. (2018). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk di Kota *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 37–46.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776>
%0Ahttp://repository.ub.ac.id/165515/
- Asbari, M., Santoso, P. B., & Purwanto, A. (2019). Pengaruh Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Inovatif pada Industri 4.0. *Jim UPB*, 8(1), 7–15. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1562>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Chandra Gregorius. (2017). Strategi dan Program Pemasaran. *ANDI*, 155.
- Farmasi, P. S., Indonesia, U. K., & Jaya, A. (2023). *Edukasi terkait keamanan kosmetik kepada masyarakat*. 01(02), 101–113.
- Fauziah, S., & Al Amin, N. H. (2021). the Influence of Product Knowledge, Religiosity, Halal Awareness of Purchasing Decisions on Halal Products With Attitude As a Mediation Variable. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(2), 249–266. <https://doi.org/10.22515/jmif.v1i2.4690>
- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>

- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Islamic Economics and Business Review. *Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas ... (No, 1(1)*, 45–58.
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=yz8KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA216&dq=Teknik+analisis+yang+dipakai+pada+riset+ini+yaitu+data+sekunder+dengan+metode+penelitian+kuantitatif,+hal+ini+yang+membuat+peneliti+harus+menemukan+hubungan+ataupun+pengaruh+dar>
- Iriani, S. S. (2019). The Effect of Religiosity on the Purchasing Decisions of Halal Labeled Food Products. *East African Scholars Journal of Economics*, 2(10), 1–8. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2019.v02i10.005>
- Isa, M., Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.123>
- Jailani, D. P., & Patrie, H. (2019). Analisa dan Rancangan Sistem Informasi

- Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada Toko Seruni Parfum. *Jurnal IDEALIS*, 2(5), 98–105.
- Joseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, N. P. D. & S. R. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Kaakinen. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.
- Kepemimpinan, D., & Organisasi, B. (2020). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*. 9(1), 19–27.
- Ketut Swarjana, S.K.M., M.P.H., D. P. H. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN: Edisi Terbaru*.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=T7HJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Penelitian+ini+menggunakan+deskriptif+kuantitatif.+Analisis+kuantitatif+untuk+penelitian+yang+mengacu+dapat+pada+sampel,+yang+dalam+statistik+dikenal+sebagai+statistik+parametrik+>
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>
- Kusumastuti, D. K. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27–50.
<https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>
- M. Wahyu Ayatullah, & M. Ruslianor Maika. (2022). Analisis Bibliometrik Perkembangan Fashion Muslim: Publikasi Ilmiah Di Negara-Negara Dunia. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 155–170.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9432](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9432)
- Mahendri, W., Darsono, J. T., & Firdiansjah, A. (2020). The Influence of Religiosity

- and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 1739–1746. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1105>
- Masrul, I. S., & Sevie. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal Inggritia Safitri Masrul Sevie. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 22(No. 1), 57–72. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868–884. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). The Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Satisfaction and Loyalty of Sharia Hotel Customers in Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 226. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340>
- Meinawati, T., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan Internet Financial Reporting pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 412. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.253>
- Meita Sondang Riski, C. F. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI ROTI DI SANGATTA. *Jurnal Eksis*, 17 (1). <http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/eksis/>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town

Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>

Muhammad Munir, Khoirul Hidayat, Muhammad Fakhry, M. F. F. M. (2019).

PENGARUH PENGETAHUAN HALAL, KESADARAN HALAL (HALAL AWARENESS) DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JAMU MADURA. *AGROINDUSTRIAL TECHNOLOGY JOURNAL*.

Mulyandi, C. dan M. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Penggunaan Aplikasi Airyrooms). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(9), 5–48.

Murti Wijayanti. (2022). International Journal of Education , Information Technology and Others (IJEIT). *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 5(2), 389–399.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5851660>

Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134.

<https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>

Nofianti, K. dan S. R. (2019). Kesadaran Dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis Umkm Di Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, 2.

Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–46.

<https://doi.org/10.37058/jes.v6i2.3897>

Annisa Julia, 2024

PENGARUH HARGA, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA MASYARAKAT MUSLIM JAKARTA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.Repository.upnvj.ac.id)

- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Pelatihan, M. (2018). *STRUCTURAL EQUATION MODEL PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) DENGAN SMARTPLS*.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Pohan, H., & Sinaga, D. E. (2020). Penerapan Metode Moora Dalam Menentukan Parfume Terbaik Berdasarkan Kepribadian. *KESATRIA: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, 1(2), 59–63.
<https://doi.org/10.30645/kesatria.v1i2.21>
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Perkembangan dan pertumbuhan trend perilaku berbelanja konsumen yang saat ini lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan , maka

- timbul. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Prof. Dr. Lela Nurlaela Wati, S. M. C. C. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis Terapan Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS, dan AMOS. *Percetakan Mujahid: Bandung*.
- Rahmawati, L., & Fitriani, E. N. (2021). Purchase Decisions of Muslim Clothing Influenced by Halal Lifestyle, Product Quality, Price with Religiosity as Moderation. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 269–281. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.28>
- Report., S. of the G. I. E. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report Thriving in Uncertainty*. 1–178.
- Rizky, M., Fachruddin, I., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(November), 1–10.
- Rosanti, N. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Tabungan Rencana di Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 2(1), 9–14.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v2i1.13>
- Salasbila, I. E., & Ramdhan, D. (2022). Influence of Tiktok Marketing Content and Halal Awareness on Purchasing Decisions with BPOM Attributes as Intervening. *IJEIT: International Journal of Education, Information Technology and Others*, 5(1), 92–102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6578761>
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 23–38. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/5127/4010>
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). *PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA , BRAND AWARENESS , PURCHASE*. 12(1), 47–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>

- Septiani, Udayana, H. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
<https://doi.org/10.32493/drb.v5i1.17205>
- Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperiman*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W2vXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=riyanto+%26+hatmawan+2020&ots=Zgwj0PK6CU&sig=WfvMyjexuPEwVG8z1J2UcfRc_g&redir_esc=y#v=onepage&q=riyanto %26 hatmawan 2020&f=false
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. *ANDI, Yogyakarta*.
- Susanti, R. (2019). Sampling Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 16, 187–208. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.543>
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>
- World Population Review. (2023). *Muslim Population by Country 2023*.
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD : Jurnal Riset*

Manajemen & Bisnis Dewantara, 4(1), 31–36.

<https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>

Zakaria. (2022). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas. *Journal of Legal and Cultural Analytics*, 1(2), 113–124.

<https://doi.org/10.55927/jlca.v1i2.934>