

DAFTAR PUSTAKA

- Abrari, F., & Sukresna, I. M. (2024). Pengaruh *Self Congruity*, Perceived Price, Brand Trust, dan Customer Engagement terhadap Willingness to Continue and Subscribe pada Disney Plus Hotstar. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1200–1206.
- 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), 145–154.
- Agusty, L. E., & Muttaqin, A. A. (2022). Analisis pengaruh label halal, kesadaran halal, dan persepsi atas produk halal dalam pembelian kosmetik halal. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 373–387.
- Aisyah, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Air Minum Tirta Mangkaluku Kota Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 17–24. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.343>
- Angraeni, R., & Sutedjo, B. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Dan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada wanita bekerja pengguna kosmetik Wardah). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 3948–3957.
- Anjani, D., & Dewi, I. J. (2021). The Influence Of Self-Congruity On Customer Loyalty Of Coffee Shops: Evidence From Global-Chain And Local-Chain Coffee Shops In Indonesia. *ASEAN Marketing Journal*, 12(2), 6.
- Ardyan, E., & Wibisono, U. (2019). Between *Self Congruity*, destination relationship and memorable tourist experience: an empiric study on the loyalty of tourist destination. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 10(1), 111–123.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Azizan, N. S., & Yusr, M. M. (2019). The influence of customer satisfaction, brand trust, and brand image towards customer loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 2(7), 93–108.
- Azzahra, S. (2017). *Kosmetik Lokal vs Luar Negeri, Inilah 5 Keunggulan Produk Dalam Negeri yang Membuatnya Tak Kalah Saing*. <https://Medium.Com/>.

https://medium.com/@SarahAzhr_99833/kosmetik-lokal-vs-luar-negeri-inilah-5-keunggulan-produk-dalam-negeri-yang-membuatnya-tak-kalah-b0f546be0209

- Bithour Production. (2023). <https://bithourproduction.com/blog/bongkar-4-strategi-marketing-somethinc/>. <https://Bithourproduction.Com/>. <https://bithourproduction.com/blog/bongkar-4-strategi-marketing-somethinc/>
- Cavallera, R., & Nabhan, F. (2024). The Role of Product Differentiation, Customer Purchase Intention, and Islamic Self-Congruity in Driving Customer Loyalty. *EKOBIS SYARIAH*, 8(1), 34–48.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Kompas. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Damayanti, L. R., & Puspita, R. E. (2023). Brand Loyalty And Halal Awareness For Halal Beverage Product Among Gen Z. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 198–211.
- Dhirtya, D. A. M. C., & Warmika, I. G. K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Persepsi Nilai Pelanggan*. Udayana University.
- Duryadi, D. (2021). Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Smartpls. *Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik*.
- DWIPUTRA, F. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Penelitian Pada Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya)*. Universitas Siliwangi.
- Ernawati, S., & Koerniawan, I. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215.
- Faisal-E-Alam, M. (2020). The influence of quality on consumers' purchase intention between local and multinational cosmetic firm. *Jour of Inter Bus and Mngt*, 1–12.
- Fani, A. R. (2018). *Pengaruh Self Congruity dan Key Fast-Food Cues terhadap Loyalty Konsumen Pada Restoran Fast Food McDonald's*.
- Fitriana, W. T. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Loyalitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kosmetik Wardah Di*

Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.

- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). Non-Muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17(3), 667–674.
- Griffin, J. (2003). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Konsumen. Jakarta: Erlangga. Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis Dan Aplikatif)*. Bandung Alfabeta.
- Hamzah, I. (2022). Is The Satisfaction Moderate the Influence of Brand Image and Brand Trust Toward Loyalty of Student? *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i2-19>
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 175–183.
- Haris, R., & Lasika, M. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 3(2), 57–80.
- Henry. (2024). *Tren Konsumen Produk Kecantikan: Milenial Lebih Utamakan Brand, Gen-Z Pilih yang Fungsional dan Harga Terjangkau*. <https://www.liputan6.com/>.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5667112/tren-konsumen-produk-kecantikan-milenial-lebih-utamakan-brand-gen-z-pilih-yang-fungsional-dan-harga-terjangkau?page=4>
- Hilton, L. S., & Hatami Homayoun. (2023). *Mind The Gap: Loyal Z: Why Gen Z customers won't be tied down to one brand*. McKinsey & Company.
- Ishak, S., Che Omar, A. R., Khalid, K., Intan, I. S., & Hussain, M. Y. (2020). Cosmetics purchase behavior of educated millennial Muslim females. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1055–1071. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0014>

- Izzah, N. N., Budiarmo, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Perceived Ease Of Use, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 50–58.
- Katadata.co.id. (2020). *Apa Alasan Konsumen Pilih Produk Lokal?* <https://databoks.katadata.co.id/> <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/374fa5f028ce5dd/apa-alasan-konsumen-pilih-produk-lokal>
- Kompas.com. (2020). *Survei: Generasi Z Rela Habiskan Uang demi Merawat Kecantikan.* Kompas.Com. https://lifestyle.kompas.com/read/2020/01/23/153536320/survei-generasi-z-rela-habiskan-uang-demi-merawat-kecantikan#google_vignette
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Editi).* England: Pearson Education Limited.
- Limanseto, H. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.* <https://www.ekon.go.id/> <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>
- Lindawaty, L., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pt Alfa Scorp Ii Marelan Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1).
- Mahendra, I. (2024). *Pengaruh Self Congruity, Brand Engagement Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Kopi M. Aboe Talib Denpasar Timur.* Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Maraditha, A. U. (2023). *Pengaruh gaya hidup, kesadaran halal dan citra merek terhadap loyalitas konsumen Fast Food di Kota Bandung: Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.* UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Marceline, A. T. (2023). *Pengaruh Online Visual Merchandising Terhadap Minat*

- Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59.
- Masitoh, I. (2022). *Pengaruh Halal Awareness Dan Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah Cosmetics Pada Mahasiswa Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung*. Universitas Sangga Buana YPKP.
- Maulan, S. (2016). Consumers Loyalty Toward Islamic Banking System: Does Halal Brand Awareness Matter? *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 24(2), 209–226.
- Mustika, D., & Dariati, A. M. (2024). *Pengaruh Brand Image , Halal Awareness dan Islamic Branding Terhadap Loyalitas Merek Pada Skincare Wardah*. 14(02), 181–194.
- Nabila, R. (2022). *Analisis Social Media Instagram Dan Beauty Influencer Terhadap Repurchase Intention Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Ms Glow Semarang Store*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono, W. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–72.
- Nizar, M. A. R., Akbar, A., & Prasetyo, A. R. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Perawatan Pria. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(4), 5187–5192.
- Nurina, A. R., Lenggogeni, S., & Verinita, V. (2023). Pengaruh Personalitas Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Gen Z dan Milenial. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1121–1126. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.712>
- Olivia, B. (2023). *Produk Kosmetik Lokal Mulai Menguasai Pasar Domestik Indonesia: Sudah Bukan Saatnya Produk Kita Diremehkan*. <https://www.kompasiana.com/>
<https://www.kompasiana.com/brigitta2409/644f1c284addee415864fea4/produk-kosmetik-lokal-mulai-menguasai-pasar-domestik-indonesia-sudah-bukan->

saatnya-produk-kita-diremehkan

- Paperblog. (2022). *Somethinc, Merek Kosmetik yang Mengguncang Pasar Indonesia*. Paper.Id. <https://www.paper.id/blog/berita-acara-umkm/somethinc-produk-kosmetik-ternama-yang-mengguncang-pasar-indonesia/>
- Parapuan. (2021). *Mengenal Irene Ursula, Perempuan di Balik Kesuksesan Produk Kecantikan Lokal Somethinc*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc>.
- 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.
- Rabiah, A. S., & Stefany, F. A. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Perawatan Diri (Skincare) Lokal Yang Mempengaruhi Customer Loyalty. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(03), 726–740.
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Rahmi, F. (2022). *Pengaruh Label Halal Mui Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Product Cosmetic (Di Kalangan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Razaq, F. A., & Kaihatu, T. S. (2019). Pengaruh *Self Congruity* Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Remile. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(2), 324–333.
- Rizal, M. F., Reswari, R. A., & Dami, D. (2024). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Consumer Loyalty) Studi Kasus Pada Konsumen Zoya (Jilbab) Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(1), 69–74.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).

- Saâ, N., & Hasbi, I. (2022). The Influence Analysis of Brand Trust and Product Quality on Wardah Customer Loyalty. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 95–106.
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320.
- Santy, R. D., & Wulandari, P. M. (2024). Membangun Loyalitas Pelanggan dalam Industri Kosmetik: Peran Kesesuaian Diri, Citra Merek, dan Keterikatan Emosional. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 4(1), 1–12.
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli kosmetik halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 21–37.
- Sarmin, S., & Choir, M. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Produk Sari Roti Di Cikarang). *Journal Of Communication Education*, 17(2).
- Sartika, M., & Motik, A. (2023). Faktor Halal Awareness, Religiosity, dan Knowledge terhadap Consumer Decisions dan Implikasinya terhadap Consumer Loyalty. *Maisyatuna*, 4(1), 20–31.
- Sembiring, S., & Pratama, B. P. (2022). Perlindungan Terhadap Konsumen Kosmetik Ilegal Yang Mengandung Zat Berbahaya. *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 2(1), 83–87.
- Sirgy, M. J. (2018). Self-congruity theory in consumer behavior: A little history. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 28(2), 197–207.
- Sirgy, M. J., Lee, D.-J., & Grace, B. Y. (2016). Revisiting self-congruity theory in consumer behaviour: Making sense of the research so far. *Routledge International Handbook of Consumer Psychology*, 203–219.
- Suryadinata, E. (2019). Pengaruh *Self Congruity* dan Brand Personality Terhadap Brand Community untuk Meningkatkan Brand Loyalty. *Petra Business and Management Review*, 5(1).
- Suryowati, B., & Nurhasanah, N. (2020). Label halal, kesadaran halal, religiusitas

- dan minat beli produk kosmetik halal. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 9(01), 11–20.
- Sutriani, R., Mutia, A., & Sudharyati, N. (2024). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 145–160.
- Tabina, L. (2024). *Mengulik Industri Kosmetik Halal di Indonesia*. [Www.Kompasiana.Com](http://www.kompasiana.com).
<https://www.kompasiana.com/laraissa/65f5f9adc57afb313f5b6822/mengulik-industri-kosmetik-halal-di-indonesia>
- Tamara, S. Y., & Putra, T. A. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Ekuitas Merek, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 68–74.
- technobusiness.id. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. [Https://Technobusiness.Id/](https://Technobusiness.Id/). <https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Utama, S. Y., & Susila, I. (2024). The Effect Of Product Quality And Wardah Skincare Brand Trust On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 4(2), 282–297.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 170–178.
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi keuangan, inklusi keuangan dan minat investasi generasi z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264.
- Wang, S., Hung, K., Li, M., & Qiu, H. (2021). Developing a customer loyalty model for guest houses in China: a congruity-based perspective. *Tourism Review*, 76(2), 411–426. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0166>
- Widarmanti, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Terhadap Brand Commitment Dan Positive Word-Of-Mouth Pada Konsumen Somethinc.

JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 10(3), 2384–2395.

Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of service quality and brand trust on customer satisfaction and customer loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).

Zap Beauty Index. (2023). *Zap Beauty Index 2023*.
https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2023.pdf