

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), 145–154. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- 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. <https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.4.08>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudio: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38–47.
- Alifah, D. K., & Isnaini, W. (2024). Kampanye Untuk Membangun Kesadaran Akan Dampak Limbah Kemasan Skincare. *E-Proceeding ITN*, 1–17.
- Amalia, R. (2023). Exploring Purchase Decision Of Skincare Products: The Interplay Of Halal Awareness, Country Of Origin, And Online Consumer Reviews With Religiosity As A Moderating Variable. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 228–248. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i2.241.228>
- Amos, V., & Papalangi, N. (2024). Pinjaman Online: Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Fear Of Missing Out (FOMO). *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 83–94. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.254>
- Anam, M. S., Annisa, A. A., & Mohamed Nafas, M. N. (2021). Mediation Role of Buying Interest in Halal Food Purchase Decisions During the COVID-19 Pandemic. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 1–8. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.3>
- Aritonang, C., & Nurhadi. (2024). Pengaruh Asosiasi Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek pada Azarine Cosmetics: Studi pada Followers Instagram Azarine Cosmetics. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 3979–3996. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1414>

- Az-Zahra Azis, D. A., & Mukhsin, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Sk II. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 71–82. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Bahrudin, Muh., Iqbal, M., Saefurrohman, G. U., & Walsh, J. (2024). Halal Food Industry: Reinforcing The Halal Product Assurance Organizing Body (BPJPH) In The Development Of The Among Urban Muslim Community In Indonesia. *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam*, 29(1), 61. <https://doi.org/10.32332/akademika.v29i1.9039>
- Candana, D. M., Putra, R. B., & Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT Batang Hari Barisan. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Chandra, A., & Taufik Bustami,); (2024). The Influence Electronic Word Of Mouth And Product Diversity On Online Purchase Decisions Through The Shopee Application Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. In *Journal of Indonesian Management* (Vol. 4, Issue 1).
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, N. L. P. A., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 1(1), 322–333.
- Dhea Hervina, R., Fitriana Kaban, R., & Novita Pasaribu, P. (2021). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19* (Vol. 10, Issue 2). <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- Dhiya Ulhaq, A., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Online Consumer Review Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva Pada Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Toko Kosmetik Puspa Indah Yogyakarta). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 2).

- DSG Consumer, Meta Data, & Bain & Company. (2023). *SYNC SEA 2023 - Bold Moves. Leading Southeast Asia's Next Wave of Consumer Growth*. <https://www.dsgcp.com/insights/bold-moves-leading-southeast-asias-next-wave-of-consumer-growth>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fahmi, I. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Fanulene, T. D., & Soediantono, D. (2022). Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Pertahanan di Era Industri 4.0 dan Digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 3(4), 77–85. <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Farichah, S., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2966–2980. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4851>
- Fathoni, M. A. (2021). *Kesadaran Konsumen Terhadap Makanan Halal di Indonesia* (M. A. Fathoni, Ed.). CV. Pena Persada.
- Fendya, W. T., & Wibawa, S. C. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada LPK Cyber Computer. *Jurnal IT-EDU*, 3(1), 45–53.
- Ferdiyansah, T., Mukhroji, & Anisa. (2023). The Influence of Halal Awareness of Halal Labels and Sub-Cultures on the Purchase Decision of MSME Products in Bumiayu. *Proceeding of 1st International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf 2023*, 15–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/ieibzawa.v1i1>
- Fitria, G., Supaino, & Zuhirsyan, M. (2023). Pengaruh Halal Awareness, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab. *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2023*, 68–75.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Good, M. C., & Hyman, M. R. (2020). ‘Fear of Missing Out’: Antecedents and Influence on Purchase Likelihood. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(3), 330–341. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1766359>
- 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.
- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase Behavior Of Millennial Female Generation On Halal Cosmetic Products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>
- Hashim, P., & Hashim, M. (2013). A Review of Cosmetic and Personal Care Products: Halal Perspective and Detection of Ingredient. *Pertanika Journals Science & Technology*, 21(2), 281–292.
- Hendrawan, A. (2019). Gambaran Tingkat Pengetahuan Tenaga Kerja PT ‘X’ Tentang Undang-Undang dan Peraturan Kesehatan dan Keselamatan Kerja. *Jurnal Delima Harapan*, 6(2), 69–81. <https://doi.org/10.31935/delima.v6i2.76>
- Herliani, A., & Hegiarto, A. S. (2024). The Influence of Brand Awareness Advertising on Instagram on Interest in Purchasing Azarine Products. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 4(2), 423–434. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v4i2.272>
- Hisbullah, M. A. D., Purnamasari, E. D., & Emilda, E. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Fear Of Missing Out terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mixue di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 166–177. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1581>
- Hodkinson, C. (2019). ‘Fear of Missing Out’ (FOMO) Marketing Appeals: A Conceptual Model. *Journal of Marketing Communications*, 25(1), 65–88. <https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1234504>
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., & Yusriadi, Y. (2022). Does fear of missing out give satisfaction in purchasing based on social media content?

- International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 409–418.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.013>
- Imelda, W. M., & Prihastuty, D. R. (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 3(10), 60–71.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrawati, P. (2022). Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Pembelian Fashion Muslim Pada Marketplace Indonesia. *Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*, 9(2), 165. <https://doi.org/10.31942/iq.v9i2.7370>
- Istiyanto, J., & Suparni. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Batik Solo The Effect Of Marketing Mix On Purchase Decisions Of Solo Batik SMEs. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 69–77.
- Izza N., N. (2022). A Scientometric Analysis on Halal Awareness. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 2(1).
- Jogiyanto, H. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi.
- Junianto, A., Wahono, B., & Rahman, F. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Mie Instan Indomie (Studi Pada Mahasiswa Kos Kelurahan Madurejo, Kecamatan Arut Selatan, Kalimantan Tengah). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 9(25), 107–121.
- Kaawoan, N. Y., Tawas, H. N., & Ch, R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladis Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 510–520.
- Kamal, W. F., Untari, D. T., & Andrian, A. (2024). The Influence of Facility Provision, Product Diversity and Product Quality on the Decision to Purchase Fruit Products at the Cibitung Main Market. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(2), 499–532. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i2.8055>

- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity Consumption Behavior and FoMO. *Sustainability*, 11(17), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su11174734>
- Karimah, A. I., & Alifa, N. R. (2023a). Keputusan Pembelian Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation Berdasarkan Brand Awareness dan Halal Awareness. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(3), 79–91.
- Karimah, A. I., & Alifa, N. R. (2023b). Keputusan Pembelian Produk Kosmetik PT. Paragon Technology And Innovation Berdasarkan Brand Awareness Dan Halal Awareness. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(2), 79–91.
- Khan, N., Sarwar, A., & Tan, B. C. (2021). Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1461–1476. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0248>
- Kholis, N. (2023). Halal Business and Certification In Indonesia: History and Future Direction. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 162–173. <https://www.kbbi.web.id/halal>
- Kinasih, V. T. T., Barkah, Afifah, N., Shalahuddin, A., & Hasanudin. (2023). The Influence of Brand Image, Celebrity Endorser, and Online Customer Review on Purchasing Decision on Skintific Beauty Products with The Fear of Missing Out (FoMO) as a Mediating Role. *Jurnal Ekonomi*, 12, 2166–2177.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2018). *Marketing Management : An Asian Perspective*. Pearson Education Limited.
- Kriksciuniene, D., Sakalauskas, V., & Lewandowski, R. (2019). Evaluating the Interdependent Effect for Likert Scale Items. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 373 LNBIP, 26–38. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36691-9_3
- Kristianty Eka Wardhani, C., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2024). Pengaruh E-Trust, Website Quality, E-Service Quality dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 855–863. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1299>
- Kurnia, T., & Wibowo, P. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Berlabel Halal. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 5(1), 66–72.

- Kusumawardhani, A. R., & Fitri, N. K. (2023). Literature Review: Potensi Pemanfaatan Minyak Alami Dalam Inovasi Formulasi Kosmetik. *Journal of Pharmaceutical and Sciences*, 1092(1099), 6–3. <https://doi.org/10.17969/jtipi.v11i1.12970>
- Lestari, A. O., & Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 153–166.
- Maghfiroh, M. I., Safia, A. R. D., Agustianingsih, D., & Kholifah, N. (2024). Pengaruh FOMO dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 203–219.
- Mahmud, D., Heryanto, F. N., Muzaki, H., & Mustikasari, F. (2023). The Influence of Hedonic Motivation, Influencer Marketing on Purchase Decision With fomo (Fear of Missing out) As Mediation. *International Journal of Professional Business Review*, 8(11), e03834. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.3834>
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(4), 868–884.
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Merlianti, T., & Lelawati, N. (2021). 841-Article Text-2677-1-10-20210908. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 816–830.
- Muhson, A. (2018). Teknik Analisis Kuantitatif. *Teknik Analisis*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Nabilah, A., & Zulaikha, S. (2024). The Influence of Halal Label, Halal Brand Image, Halal Lifestyle, Halal Product Quality, and Halal Awareness on the Purchase Decision of Ms Glow Products. *Al Mashaadir : Jurnal Ilmu Syariah*, 4(2), 62–72. <https://doi.org/10.52029/jis.v4i2.111>

- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, FOMO, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Nofianti, K. A., & Rofiqoh, S. N. I. (2019). The Halal Awareness And Halal Labels: Do They Determine Purchase Intention? (Study On SME's Business Practitioners In Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.1.16-24>
- Norjanah, N. F., Usman, O., & Fawaiq, M. (2024). Pengaruh Social Media Influencer dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana oleh Generasi Z yang Dimediasi oleh FOMO. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(2), 630–638. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/ljit.v2i2.2820>
- Noviandari, S. R., & Fachrodji, A. (2024). Determining Key Factors of Customer Satisfaction and Repurchase Intention for Azarine Cosmetic on Shopee. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 4(2), 288–305. <https://doi.org/10.54408/jabter.v4i2.368>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricin. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* , 4(1), 183–188.
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Nurjannah, P. N. A., & Isa, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding University Research Colloquium*, 51–65.

- Oktaviani, S., Komariah, K., & Z., F. M. (2021). Keputusan Pembelian Berdasarkan Harga, Keragaman Produk dan Pengaruhnya. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 2(2), 443–452. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i2.1753>
- Oktaviani, S., Yacob, S., Aurora Lubis, T., Jambi, U., & City, J. (2024). Product Diversity, Product Quality And Product Brand On Purchasing Decisions With Word Of Mouth As Moderation: Case Study Of Mallica Glow In Jambi. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 7(2).
- Panggabean, J. S., Sipahutar, H., & Lubis, R. H. (2023). Pengaruh Ragam Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada U.D Restu Mulia Pandan. *JUMANSI :Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(2), 8–17.
- Pelupessy, M. M., Tehuayo, E., & Dini, P. A. J. (2023). ProBusiness: Management Journal The Influence of Life Style, Product Diversity and Sales Promotions on Purchasing Decisions among Shopee Online Store Customers in Ambon City. In *ProBusiness: Management Journal* (Vol. 14, Issue 4).
- Pramugari, R., Thoyib, M., Shadiq, T. F., & Mulyanto, A. I. (2021). The Influence Of Product Quality, Halal Certification, Halal Awareness, And Prices On The Purchase Of Cosmetic Products. *Jurnal Empire*, 1(2), 100–107. <https://doi.org/10.33592/empire.v1i2.1483>
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 1–13.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates Of Fear Of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purnomo, R. K., Saufi, H. A., & Hs, R. (2023). Analysis Of The Influence Of Promotional Media Types And Product Diversity On Consumer Purchase Decisions At Tiket.Com Online Travel Agent. *Experimental Student Experiences*, 1(1), 101–108. <https://doi.org/10.58330/ese.v1i1.113>

- Putri, K. A. S., & Linggasari, F. S. (2024). Reference Group, Personality Dan Social Class: Perannya Terhadap Keputusan Belanja Produk Skincare. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 428–440. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1145>
- Ratnaningsih, Y. R., & Halidy, A. El. (2022). Pengaruh FOMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 1477–1487.
- Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Perubahan Strategi Pemasaran, Kepemimpinan Transfomasional dan Organsiasi Pembelajar terhadap Kinerja Perbankan Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1084–1090. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2590>
- Rifiana Dewi, S., Yusuf, E., & Gunanto, A. (2023). The effect of e-WOM, halal awareness, influencer marketing and lifestyle to the purchase decision of imported packaged food products. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 5(2), 16–33. <https://doi.org/10.18326/ijier.v5i2.8946>
- Rohman, N. L., & Lating, A. I. S. (2024a). Pengaruh Fear Of Missing Out, Kualitas Produk, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. *EL-IQTISHOD: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 8(1), 32–50.
- Rohman, N. L., & Lating, A. I. S. (2024b). Pengaruh Fear Of Missing Out, Kualitas Produk, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 32–50. <https://doi.org/10.70136/el-iqtishod.v8i1.471>
- Rohman, N. L., Lating, A. I. S., Wany, E., Nawangsari, A. T., & Soulisa, M. R. (2024). Factors That Influence The Purchase Decision Of Cosmetic Products On Female Students in Surabaya. *International Journal of Economic Integration and Regional Competitiveness*, 1(4), 1–9.
- Saffana, N., & Julaeha, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador, Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 144–152. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01>

- Sanjaya, M. S., Mursito, B., & Kustiyah, E. (2023). The Purchase Decision In View Of Brand Image, Design And Diversity Of Glasses Products At Pranoto Laweyan Optics. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 112.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di IPB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(2), 186–199.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155.
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *JURNAL MANEKSI*, 8(2), 213–222. <https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.395>
- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–121.
- Sitompul, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Medan, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(Februari), 50–64.
- Sociolla Internal Data. (2023). *Beauty Consumer Behavior and Trend Report*.
- Soewarno, M. E., Pandowo, M. H. C., & Tielung, M. V. J. (2024). The Influence Of Fomo And Visual Merchandising On Kkv Products Purchase Decisions Among Student In Manado City. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(03), 820–832.
- Soputra, A. N., Yogatama, A., & Hadi, I. P. (2023). Effectiveness of #FeelThePower Campaign Message on the Followers of Azarine Cosmetic's Instagram Account. *Journal of Content and Engagement*, 18–32. <https://doi.org/10.9744/joce.1.1.18-32>
- Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce, F. J., & See, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review On Ingredients, Production, And Testing Methods. *Cosmetics*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037>

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. ALFABETA.
- Suhartini, & Maharani, D. (2023a). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349–356.
- Suhartini, P., & Maharani, D. (2023b). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349–356.
- Sukri, I. F. (2021). Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal Dan Produk Halal Di Indonesia. *Majalah Hukum Nasional*, 51(1), 73–94. <https://doi.org/10.33331/mhn.v51i1.139>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Surya, M. R., Rosyadi, M. B., & Kurniawati, I. D. (2024). Pengaruh Media Pembelajaran E-Learning Terhadap Mutu Nilai Mahasiswa Sistem Informasi ITB Tuban. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 452–460. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4241>
- Susanti, A. L. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo Kediri. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 234–244. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i4.400>
- Susanto, P. C., Ulfah Arini, D., & Yuntina, L. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Syahara, R., Nengsih, T. A., & Fufita, N. (2024). Pengaruh Label Halal Kualitas Produk Dan Keberagaman Varian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perawatan Kulit Scarlett Di Toko Amadeus Beauty Kota Jambi. *Jurnal Development*, 12(1), 69–79.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).

- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tumbuan, J. F. A., Ogi, I. W. J., Keputusan, T., Konsumen, P., Paragon, D. I., Kabupaten, M., Sangihe, K., Nadira Badarudin, O. :, Tumbuan, W. J. F. A., Ogi, I. W. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2021). The Effect Of Product Diversity, Location, Store Attitude, And Promotion On Consumer Purchase Decisions At Paragon Mart District Sangihe Islands. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 313–322.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Ummah, A. C., Bahrudin, Moh., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3215>
- Vichiengior, T., Ackermann, C. L., & Palmer, A. (2019). Consumer Anticipation: Antecedents, Processes and Outcomes. *Journal of Marketing Management*, 35(1–2), 130–159. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1574435>
- Wahida, N., Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024a). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar). *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 2(1), 30–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i1.331>
- Wahida, N., Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024b). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Universitas Negeri Makassar. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 2(1), 30–43.
- Wahyuningtyas, S. Z., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ayam Geprekku Bandung Tulungagung. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 4248–4362.

- Wardhani, C. K. E., Nursanta, E., Widiyarsih, & Masitoh, S. (2024). Pengaruh E-Trust, Website Quality, E-Service Quality dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 855–863. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1299>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wati, B. P. C., Suroyanto, Moh. A., & Krisnawati, W. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i1.14098>
- Wisudanto, Widiastuti, T., Mardhiyah, D., Mawardi, I., Robani, A., & Al Mustofa, M. U. (2024). The Motivating Factors For Switching Intention To Use Halal Cosmetics In Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(4), 661–683. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2022-0220>
- Yofaldy, M., & Hasyim, I. (2024). Pengaruh Halal Awareness Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal (Studi pada Milenial Muslim Di Kawasan Lego-lego CPI Makassar). *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(1), 75–88. <https://doi.org/10.62207/Copyright>
- Yudha, R. A., Utami, R. F., Astuti, H. J., & Suyoto. (2023). The Effect Of Co-Branding, Customer-Based Brand-Equity, And Packaging On Purchase Decision (Study On Purchasing Serum Azarine Cosmetic Marvel Edition). *Management Analysis Journal*, 12(4), 497–508.