DAFTAR PUSTAKA

Alayfia, Fify, Lutfi Lutfi, dan Diqbal Satyanegara. "Pengaruh Online Customer Review Dan Halal Awareness Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening: (Studi Pada Konsumen Lipstik Wardah Di Aplikasi Shopee Di Kota Serang)." *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 12, no. 2 (2025): 245–63. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i2.4302

Alfayed, Erico, Lista Ramadeli, Rakel Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, dan Hendra Riofita. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN E-COMMERCE PADA TIKTOK SHOP" 1, no. 2 (2023).

Amalia, Rifa, dan S. E. Dr. Sylvia Rozza. "Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)." *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* 9, no. 2 (6 Desember 2022). https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688.

Amir, A. d. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya.* Jambi: IPB Press.

Anafih, Erwinda Sam, dan Mugi Harsono. "Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam: Tinjauan Pustaka." *Excellent* 10, no. 2 (6 Desember 2023): 183–90. https://doi.org/10.36587/exc.v10i2.1577.

Anggraini, Meily, dan Feronica Simanjorang. "Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop di Kota Medan," Journal of Communication Studies, vol. 1, no. 2 (2023)

Anggraini, Ratih, Hanita Hanita, Nindi Subendri, Yuliana Shintia, Xena Amanda, dan Feby Safa. "Pengaruh Positif Dan Negatif Penggunaan Media Sosial | National Conference for Community Service Project (NaCosPro)," 3 Oktober 2022. https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/7170.

Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Astuti, Sri, M. Ramli, dan Rizki Cendra Kirana. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z DALAM PEMBELIAN PRODUK FASHION." *Digital Business Insights Journal* 1, no. 1 (16 Februari 2025): 58–67. https://doi.org/10.32520/bidi.v1i1.4049.

Az-Zahra, Narisa, dan Ika Khusnia Anggraini. "PENGARUH HALAL AWARENESS, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOBER MIE SETAN DI SURABAYA." *Islamic Economics and Finance in Focus* 2, no. 2 (20 Februari 2023): 287–99. https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.02.10.

Br Lumban Gaol, Fransiska Perintis. "The Influence of Viral Marketing and Influencer Marketing Against Purchase Intention TikTok Account @Somethincofficial." *Indonesian Journal of Digital Business* 3, no. 1 (24 Mei 2023): 45–52. https://doi.org/10.17509/ijdb.v3i1.57837.

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

Darwin, e. M. (2021). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Data, GoodStats. "Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop." GoodStats Data. Diakses 4 Juni 2025. https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx.

Dewi Anjani Sudrajat, Nikita, Greisa Chairunnisa, Salsabila Nur Assyifa, Nuri Wulandari, dan Santi Rimadias. "Stream to Shop: Perilaku Belanja Gen Z Pada Social Commerce dan Apa Yang Paling Memikat Mereka." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital* 2, no. 3 (2 Agustus 2024): 257–72. https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.212.

Enny Radjab, A. J. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Evelyn, Gravina, dan Angelica Herly. "Pengaruh Online Customer Review Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Shopee." *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen* 3, no. 1 (2025): 131–45. https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.524.

Fahruddin, Muhammad Irfan, dan Siti Aminah. "Pengaruh Online Customer Rating dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote pada Marketplace Shopee." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (17 Februari 2025): 129. https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5620.

Fakhira, Amirah Jilan, dan Anriza Witi Nasution. "PENGARUH PROMOSI, REVIEW KONSUMEN, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRABFOOD DIMASA COVID-19," 2022.

Faradita, Putri Adriani, dan Kes Widjajanti. "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA." *Solusi* 21, no. 2 (30 April 2023): 130. https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333.

Farichah, Syayyidati, dan Ach Yasin. "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, no. 3 (7 Desember 2023): 2966–80. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4851.

Fauzi, Dandy Hafidh. "DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 6 (31 Juli 2021): 790–800. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645.

Fauziah, Yayah, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, dan Hapzi Ali. "Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (1 Januari 2023): 48–64. https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118.

Febrianah, Fathimah, dan Sukaris. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian."

Jurnal Ekobistek, 26 September 2022, 309–15. https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391.

Febriantari, Delia Salsa, Lalu Edy Herman Mulyono, dan Muhammad Mujahid Dakwah. PENGARUH INFLUENCER MARKETING, APPLICATIsON QUALITY DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KECEPATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GEN-Z MELALUI SHOPEE: Jurnal Riset Pemasaran," 1 September 2023. https://journal.unram.ac.id/index.php/jrp/article/view/3273.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Hardani dkk. (2020) *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta:CV Pustaka Ilmu

Hermawati, Silviana Nur, Syifa Aulya Rahmaningrum, dan Muhammad Rexsa Assyarofi. "Attitude Toward Halal Produk : Perannya Dalam Memediasi Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Label Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Halal." *Literasi : Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif* 4, no. 1 (2023): 21–38. https://doi.org/10.22515/literasi.v4i1.9764.

Himawanto, Y. N. (2017). *STATISTIK PENDIDIKAN*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Isnaini, Khoirotun, Yulistia Devi, dan Andi Aisyah. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Layanan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kec Pasir Sakti, Kab Lampung Timur)." *Interdisciplinary Explorations in Research Journal* 2, no. 2 (8 Juli 2024): 1241–62. https://doi.org/10.62976/ierj.v2i2.636.

Jannah, Hanifah Ni'matul. "PENGARUH CITRA MEREK, LABELISASI HALAL, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL OLEH GENERASI Z." *Islamic Economics and finance in Focus* 3, no. 4 (1 November 2024): 872–91. https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.14.

Juliandi, A. dkk. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS.* Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

Juwitasari, Amelya. "Hal-Hal Apa Saja yang Dibeli Gen Z? Kenali Alasan dan Produk Apa yang Paling Banyak Dikonsumsi - UKMINDONESIA.ID." Diakses 14 Februari 2025. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/hal-hal-apa-saja-yang-dibeli-gen-z-kenali-alasan-dan-produk-apa-yang-paling-banyak-dikonsumsi.

Kurniawati, Dwi Agustina, dan Hana Savitri. "Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (1 Januari 2020): 522–46. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104.

Lackermair, Georg, Daniel Kailer, dan Kenan Kanmaz. "Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective." *Advances in Economics and Business* 1, no. 1 (Juli 2013): 1–5. https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101.

Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Martini, Luh Kadek Budi, Ejasa Sembiring, dan Frandy Paulus. "CUSTOMER ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MODELIAFASHION PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA JAKARTA." *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4, no. 1 (2 Desember 2022): 15–24. https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67.

Maudy, Calista Rizqy, dan Christina Yanita Setyawati. "Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening." *Jurnal Syntax Admiration* 5, no. 6 (14 Juni 2024): 2087–97. https://doi.org/10.46799/jsa.v5i6.1199.

Maulizah, Rizlah, dan Sugianto Sugianto. "Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang." *El-Suffah: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2 (3 Oktober 2024): 129–47. https://doi.org/10.70742/suffah.v1i2.49.

Moch Anton Maulana dan Novi Sri Sandyawati. "USING TIKTOK SOCIAL MEDIA AS A MARKETING PROMOTION MEDIA IN ONLINE BUSINESS." *International Journal of Social Science* 3, no. 4 (30 Desember 2023): 507–14. https://doi.org/10.53625/ijss.v3i4.7151.

Mutmainna, Nur, Siti Hasbiah, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Chalid Imran Musa, dan Ilma Wulansari Hasdiansa. "(PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA PLATFORM TIKTOK)." *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 1, no. 2 (29 Januari 2024): 255–68. https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.1304.

Nabilah, Agne, dan Aditya Wardhana. "Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 4 (9 Februari 2024): 4644–56. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1025.

Nabilah, Amaliya, dan Siti Zulaikha. "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, no. 2 (2 Januari 2024): 62–72. https://doi.org/10.52029/jis.v4i2.111.

Nasution, Rizki Aulia Putri Mujur, Diena Fadhilah, dan Rizal Agus. "PENGARUH HALAL AWARENESS, HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE." *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)* 5, no. 1 (2024): 428–35. https://doi.org/10.51510/konsep.v5i1.1818

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

Nurcahyono dan Asma' Hanifah. "Determinant of Intention to Purchase Halal Cosmetics: A Millennial and Z Generation Perspective." *International Journal of Islamic Business Ethics* 8, no. 1 (2023): 12. https://doi.org/10.30659/ijibe.8.1.12-25

Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar Dasar Statistik Penelitian.* Yogyakarta: Gramasurya.

Oktyandito, Yogama Wisnu. "Siapa Owner Somethinc? Ini Profil dan Perjalanan Kariernya." IDN Times, 26 September 2024. https://www.idntimes.com/business/economy/siapa-owner-somethinc-00-qftxr-yxh7pj.

Paramita, R. W. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Lumajang: STIE Widya Gama Lumajang.

Pratiwi, Dwi Putri, dan Adrial Falahi. "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 10, no. 1 (7 Maret 2023): 1–13. https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148.

Priyono. (2008). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Surabaya: Zifatama Publishing.

Putri, Nadya Revelin, Natasya Priyani, dan Jadiaman Parhusip. "ANALISIS DISTRIBUSI PROPORSI PENGGUNA TI BERDASARKAN DATA PENGGUNAAN INTERNET DI INDONESIA" 4 (2024).

Putri, Nurul Hikmah Rizki, dan Imanda Frimantyas Putri Pertiwi. "Pengaruh Islamic Branding, Halal Awareness, dan Islamic Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Jawa Barat)," 26 Juni 2024. https://doi.org/10.5281/ZENODO.12555497.

Ramadhan, Salsa Putri, Sri Raharso, dan Sri Surjani Tjahjawati. "Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Brand Loyalty: Kasus Pengguna Somethinc di Kota Bandung." *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting* 6, no. 1 (27 Agustus 2024): 152–69. https://doi.org/10.31539/budgeting.v6i1.11278.

Rasyida, Zulfa. "Pengaruh Media Exposure, Religious Beliefs, Self-Identity, dan Health Reason Terhadap Halal Awareness Pada Produk Makanan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Muslim Yogyakarta" 05, no. 01 (2024).

Rizal, Azizah Fitriani Alimuddin. "Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , Diskon Flashsale Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee" *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (1 April 2024): 4239–53. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1618.

Sara, Siti Khodijah, Rabya Mulyawati Ahmad, dan Fajeri Arkiang. "PENGARUH KESADARAN HALAL TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK HALAL." *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (30 Maret 2022): 21–37. https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820.

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

Statista, “Topic: Gen Z online beauty shoppers.” Statista. Diakses 17 Desember 2024. https://www.statista.com/topics/11849/gen-z-online-beauty-shoppers/.

Sudirjo, Frans, Ratnawati Ratnawati, Rini Hadiyati, I. Nyoman Tri Sutaguna, dan Muhammad Yusuf. “THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND E-SERVICE QUALITY ON BUYING DECISIONS IN ELECTRONIC COMMERCE.” *Journal of Management and Creative Business* 1, no. 2 (19 April 2023): 156–81. https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i2.941.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sukirman, Riska, Fitri Kumalasari, dan Hendrik. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 1 (20 September 2023): 152–59. https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845.

Suryowati, Budi. “LABEL HALAL, KESADARAN HALAL , RELIGIUSITAS DAN MINAT BELI PRODUK KOSMETIK HALAL,” *Jurnal Kompleksitas*, no 1 (Juni 2020).

Sutriani, Resi, Agustina Mutia, dan Neneng Sudharyati. “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, no. 2 (19 Januari 2024): 145–60. https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i2.1049.

Ustanti, Mira, Nurul Inayah, dan Ubaidillah Yahya. “PENGARUH KESADARAN HALAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MEMBELI PADA PRODUK MAKANAN DI TOKO RIZQUNA’ BLOKAGUNG KARANGDORO BANYUWANGI.” *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 3, no. 1 (25 Agustus 2022): 121–39. https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i1.1659.

Wiska, Mayroza, dkk. “View of ANALISIS CONTENT MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK (STUDI KASUS GENERASI Z KABUPATEN DHARMASRAYA).” Diakses 2 Januari 2025. https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/12524/5279.

VIZANO, Nico Alexander, Khamaludin KHAMALUDIN, dan Mochammad FAHLEVI. “The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia.” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (30 April 2021): 441–53. https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO4.0441.

Wulan, Jannatul Firdaus Nawang, dan Taufik Hidayat. “Peranan Penggunaan Internet Dan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kegiatan Produktif Bagi

Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sultan Indonesia* 1, no. 2 (6 Februari 2024): 25–30. https://doi.org/10.58291/abdisultan.v1i2.206.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.

Yosiana, Sasti Kristin. "Keunggulan Produk Somethinc Menjadi 'Top Brand' - Kompasiana.com." Diakses 4 Juni 2025. https://www.kompasiana.com/sastikristin9055/657c629ac57afb5195418a94/keunggulan-produk-somethinc-menjadi-top-brand#google_vignette.

UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM