

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan:

1. Faktor budaya (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
2. Faktor sosial (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di kalangan mahasiswa yang sama.
3. Faktor pribadi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
4. Faktor psikologis (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
5. Faktor budaya (X1), pribadi (X3), dan psikologis (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat sejumlah keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini, di antaranya:

1. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan produk Paragon, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke wilayah lain dengan karakteristik konsumen yang berbeda.
2. Dalam penelitian ini, responden yang diambil hanya berskala kecil yakni 99 responden yang pernah melakukan pembelian kosmetik paragon.
3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian, dan belum mempertimbangkan faktor lain yang juga berpotensi berpengaruh seperti faktor finansial, dan faktor situasional. Penambahan faktor tersebut dapat memberikan wawasan lebih luas dalam memahami perilaku konsumen, terutama dalam industri kosmetik halal. Mengingat keterbatasan ini, riset mendatang diharapkan dapat memperluas model penelitian dengan mengakomodasi variabel-variabel tambahan.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan Paragon
 - a. Paragon bisa mengadopsi teknologi AI dan AR untuk personalisasi produk seperti yang digunakan L'Oréal dan Sephora. Aplikasi mobile dengan fitur analisis kulit berbasis AI dan virtual try-on dapat memberikan rekomendasi produk yang tepat tanpa perlu tester fisik, lebih higienis dan mengurangi pemborosan sesuai prinsip halal.
 - b. Kedua, sistem blockchain untuk halal traceability yang sudah diterapkan di Malaysia. Dengan QR code pada setiap produk yang

terhubung blockchain, konsumen dapat melacak seluruh perjalanan produk dari bahan baku hingga distribusi, memastikan tidak ada kontaminasi non-halal. Teknologi ini memberikan transparansi penuh dan meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, sekaligus memenuhi PP 42/2024 tentang pengawasan halal.

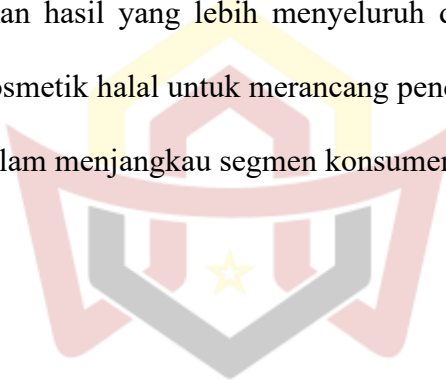
- c. Ketiga, halal beauty super app yang mengintegrasikan halal ingredient scanner, komunitas edukasi, rekomendasi personal berbasis AI, dan e-commerce dalam satu platform. Aplikasi ini dapat menjadi ekosistem lengkap untuk konsumen Muslim yang peduli akan status halal produk.
- d. Keempat, smart packaging technology dengan material biodegradable dan NFC tags untuk autentikasi produk, menarik konsumen Muslim milenial yang peduli lingkungan.

2. Implikasi

- a. Dengan strategi yang lebih terfokus pada konsumen muda dan pendekatan pemasaran interaktif, Paragon berpotensi memperluas pangsa pasarnya di kalangan remaja dan mahasiswa secara signifikan.
- b. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk serta memastikan keamanan dan kehalalan bahan menjadi faktor krusial yang membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan muda.
- c. Melalui upaya edukasi dan interaksi yang intensif, Paragon bisa menjembatani kesenjangan informasi mengenai kosmetik halal, meningkatkan kesadaran konsumen muda akan pentingnya memilih produk yang sesuai dengan nilai keagamaan dan kesehatan pribadi.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai perilaku pembelian kosmetik halal pada mahasiswa. Penelitian ini terbatas hanya pada empat variabel (faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, sehingga riset mendatang perlu menambahkan variabel lain seperti bauran pemasaran, mutu layanan, kualitas produk, desain kemasan, harga, pengalaman pelanggan, dan strategi promosi. Perluasan variabel ini akan memberikan hasil yang lebih menyeluruh dan menjadi acuan bagi pelaku usaha kosmetik halal untuk merancang pendekatan pemasaran yang tepat sasaran dalam menjangkau segmen konsumen mahasiswa.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, D.S., et al. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto." *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 5, no. 1 (2022): 2599–2473. <https://doi.org/10.31538/almada.v5i1.4469>.
- Adolph, Ralph. "Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Pada Masyarakat Plesungan Gondagrejo Kabupaten Karanganyar" 07, no. 02 (2016): 1–23.
- . *Sertifikasi Halal*, 2016.
- Aeniyatul. "Metode Penelitian." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3 (2019): 1–9.
- Afandy, Tonny. "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia)" 15, no. 1 (2014): 1–10.
- Agustian, Ilham, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu." *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>.
- Agustin, Adelia Maelani, Firda Shauma Destiawan, Moch Diki Yulianto, Okta Nurul Gina, and Edi Suresman. "Peran Sertifikasi Halal Dalam Melindungi Konsumen Muslim : Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Nasional" 2, no. 5 (2025).
- Agustin, Eny Widhia, Mia Hafizah Tumangger, and Axccl Martsanda Pertiwi. "Study Pustaka Pemilihan Skincare Berdasarkan Komposisi Sesuai Dengan Permasalahan Kulit Wajah," 2024.
- Amalia, Farah. "The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2019): 19–24. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4774>.
- AprilAmelia, Fadiah Cahya, Arfian Suryasuciramdhan, and Ika Choirunnissa. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Image Wardah Sebagai Produk Kosmetik Halal Di Indonesia" 4, no. April (2025).
- Aris Pasigai. "Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis." *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan* 1, no. 1 (2009): 51–56.
- Asrulla, Risnita, M. S Jailani, and Firdaus Jeka. "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–32.

- BPOM. “Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.” *Bpom Ri* 2010 (2019): 1–258.
- Budiharjo, Harry. “Pemasaran Online,” 2021.
- Ciswati, Siska, and Irwan Septayuda. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop.” *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 9, no. 2 (2023): 61–71. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>.
- Consumer, Terhadap, Behavior Dan, and Dampaknya Pada. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi.” 5, no. 8 (2020): 497–506.
- Dea, Reshanty, Nur Macdhy, Siti Mariam, and Ajat Sudrajat. “Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie” 17, no. 2 (2022): 161–71.
- Eka Budiyaniti. “Potensi Dan Tantangan Pengembangan Industri Halal Di Indonesia.” *Badan Keahlian DPR-RI*, 2025, 2024–25.
- Ekonomi, Perspektif, and Syariah Dimasa. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias” 4 (2021): 22–36.
- Fatimah, Andini Nur, Arif Hidayat, Adi Setiadi, Juliana Juliana, and Abdurrauf Umar. “Halal Cosmetics and Acne Vulgaris : Uncovering Consumer Behavior and Sustainable Solutions.” *Jurnal Upi* 7, no. 2 (2024): 141–54.
- Gaya, Antara, Hidup Dan, and Kaidah Agama. “Sertifikasi Halal Barang Gunaan ,” no. 174 (2025).
- Ghoni, Abdul. “Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior Studies In Real Estate Main Griya Banjardowo Semarang,” n.d., 1–23.
- Gita Lukiana Kurniasari, Nurhayati. “Analisis Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Dengan Dimoderasi Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Retail Secara Online Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang)” 19, no. 4 (n.d.): 243–53.
- Gunawan, Rizky Arief, Dheny Prasetya Zulkarmain, Sheptian Tunjung Arianto, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Perbandingan Metode Ordinary Least Square (OLS) Dan Metode Partial Least Square (PLS) Untuk Mengatasi Multikolinearitas.” *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Ekologi, Dan Pendidikan* 1, no. 6 (2023): 795–808. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10476911>.

- Haque-fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, and Heri Erlangga. *Konsep , Teori Dan Implementasi*, n.d.
- Hariyadi, Guruh Taufan. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI MINIMARKET (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart Di Semarang).” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2017): 16–32. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1475>.
- Herlina, Nina, Yuyun Susanti, Asep Edwin Ramadhan, and Universitas Galuh Ciamis. “Analisis Pengaruh Faktor Pribadi Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian” 03, no. 03 (2021): 210–16.
- Hudani, Amalina. “Pengaruh Faktor Budaya , Faktor Sosial , Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian” 1, no. 2 (2010): 99–107.
- Indraswari, Retno, Kartika Lindawati, and Stevia Septiani. “Analisis Eksploratori Pembelian Kosmetik Halal.” *Journal of Applied Business and Economic* 5, no. 2 (2018): 141–62.
- Indrawati, Teti. *Formulasi Sediaan Kosmetik Setengah Padat*. Penerbit ISTN, 2011.
- Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, Putri Alya, and Dwi Imaroh. “Dinamika Nilai-Nilai Budaya Dan Preferensi Produk Halal Dalam Pasar Global.” *ASWALALITA (Journal of Da’wah Management)* 02, no. 02 (2024): 2963–833.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. “Artikel Statistik Yang Benar.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Kholidah, Nur, and Muhammad Arifiyanto. “Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Di Pekalongan.” *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2021): 136–51. <http://wahanaislamika.ac.id>.
- Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik Dan Penggunaannya.” *Fatwa MUI*, 2013, 92. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>.
- Mamonto, Tumbuan, and Rogi. “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2021): 110–21.
- Maryani, Maryani, and Sayed Fachrurrazi. “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kosmetik Produk Latulipe Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Perempuan Indonesia Menggunakan Metode Promethee.” *Sisfo: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 2 (2017): 97–126. <https://doi.org/10.29103/sisfo.v1i2.245>.
- Maulana, Andi. “Analisis Validitas , Reliabilitas , Dan Kelayakan Instrumen

- Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa” 3, no. 3 (2022): 133–39.
- Memet Prada, Ida Anggriani, Abdul Rahman. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada LPK Barokah Kota Bengkulu” 11, no. 1 (2023): 571–80.
- Muhammad Helmy Reza, and Fatana Suastrini. “Analisis Faktor-Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Air Minum Isi Ulang Pada Depot Air Minum Bale Syiar Kecamatan Kuripan.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALLIANSI* 4, no. 2 (2021): 16–24. <https://doi.org/10.54712/aliansi.v4i2.209>.
- Muttaqin, Amelia Aprilliyani, Budhi Wahyu Fitriadi, and Rita Tri Yusnita. “Factors That Influence The Decision To Purchase Syar ’ i Products On Tasikmalaya Centennial (Survey On Iait Femele Students In Tasikmalaya City) Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Syar ’ I Pada Kaum Centennial Kota Tasikmalaya (Survei Pada Mahasiswi IAIT Kota Tasikmalaya)” 2, no. 1 (2023): 33–44.
- Nabila, Intan, and Alif Idzatulloh. “Peran Corporate Communication PT Paragon Technology And Innovation Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan” 2 (2025): 133–46. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.621>.
- Nikma Lababa , Hapsawati Taan, Idham Masri Ishak. “Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik (Studi Konsumen Sepeda Listrik Di Kabupaten Gorontalo)” 10, no. 11 (2024): 564–72.
- Nur Aisyah Indarningsih, and Suci Wulandari Siregar. “Halal Labelization, Word of Mouth and Halal Awareness on Purchase Decisions of Pharmaceutical Products (Case Study of Yogyakarta Muslim Students).” *Journal of Halal Product and Research* 6, no. 1 (2023): 11–21. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.6-issue.1.11-21>.
- Nur, Hadiati Endah. “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 22, no. 1 (2014): 11–25. <https://jurnalekonomi.lipi.go.id/JEP/article/view/31>.
- Panji Ragatirta, Laurensius Panji, and Erna Tiningrum. “Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap.” *Excellent* 7, no. 2 (2020): 143–52. <https://e-journal.stieaub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>.
- Pariansyah, Norpahmi, Wan Laura Hardilawati, Fitri Ayu Nofirda, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Tribun Pekanbaru, and Keputusan Pembelian. “Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian KOran Tribun Pekanbaru” 5, no. 1 (2025): 290–309.
- Pengetahuan, Ilmu. “Pengaruh Faktor Budaya Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Prudential Life Assuranc” 2, no. 2 (2018): 245–60.

- Poluan, Jane G, and Merlyn M Karuntu. "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Luar Daerah Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 1 (2021): 23–33.
- Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi." *Dinamika Kepariwisata* 11, no. 2 (2012): 13–23.
- Prasetyo, Teguh. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang)." *Kajian Akuntansi Dan Bisnis* 1(1) (2017): 1–3.
- Pratiwi, Ketut Indah. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta" 4, no. 11 (2023): 3619–45.
- Priya Darsini, S. "Hubungan Religiusitas Dengan Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan 'Wardah Cosmetics' Skripsi." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 3, no. 1 (2018): 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Putri, Debi Eka, Onita Sari Sinaga, Edy Dharma, Ni Wayan, Dian Irmayani, Henny Noviany, and C Dms. *Perilaku Konsumen Kontemporer: Tren Perilaku Konsumen Di Era Digital*, n.d.
- Putri, Shinta Dewi, Chandra Satria, and Bagus Setiawan. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)," n.d., 23–38.
- Rachmawati, Putriana. "Edukasi Terkait Keamanan Kosmetik Kepada Masyarakat." *MitraMas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (2023): 101–13. <https://doi.org/10.25170/mitramas.v1i2.4308>.
- Rafiz, Fadhil Mochammed, Zainul Arifin, and Kadarisman Hidayat. "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* 39, no. 2 (2016): 105–11.
- Rahmatillah, S R I Fatimah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Farmasi Halal Di Kota Parepare," 2024.
- Saifuddin, and Sitti Aisyah. "Preferensi Dan Persepsi Konsumen Generasi Milenial Terhadap Halal Cosmetics." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 5, no. 2 (2021): 1–17.
- Sanaky, Musrifah Mardiani. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

- Santoso, Daniel Teguh Tri, and Endang Purwanti. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang" 6, no. 12 (2013): 112–29.
- Saputra, Andi, and Chandra Satria. "Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar Di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)." *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2021): 141–58.
- Sari, Mutia, Habibur Rachman, Noni Juli Astuti, Muhammad Win Afgani, and Rusdy Abdullah Siroj. "Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 01 (2022): 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>.
- Septiani, Stevia, and Retno Indraswari. "Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal Di Kota Bogor." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 9, no. 1 (2019): 59. <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.25370>.
- Sjawal, B P, L Mananeke, and R. J. Jorie. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Consumers)." 379 *Jurnal EMBA* 8, no. 3 (2020): 379–88.
- Sriningsih, Mega, Djoni Hatidja, and Jantje D Prang. "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut." *Jurnal Ilmiah Sains* 18, no. 1 (2018): 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>.
- Sudirman, Musa. *Strategi Pemasaran. Makalah Ilmiah Ekonomika*. Vol. 14, 2023.
- Suharto. "Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan" 10, no. 1 (2023): 26–44.
- Sundari, Eva. *Manajemen Pemasaran*, 2023.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2, no. 1 (2023): 160–66.
- Veronica, Fiona, and Triana Ananda Rustam. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Billindo Utama Di Kota Batam," 2020, 1–10.
- Wardana, Dwiyadi Surya. "Pengaruh Kepribadian Konsumen Pada Pilihan Merek Sebagai Konsep Diri Pada Kategori Produk." *Jurnal Ilmiah Aset* 13, no. 1 (2011): 21–35.
- Wulandari, Nesti, Ahmad Dardiri, Paula Candra, Nur Novita Sari, and Kata Kunci.

- “Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iphone” 5, no. 2 (2023): 56–62.
- A’yuni, D.S., et al. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto.” *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 5, no. 1 (2022): 2599–2473. <https://doi.org/10.31538/almada.v5i1.4469>.
- Adolph, Ralph. “Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Pada Masyarakat Plesungan Gondagreja Kabupaten Karanganyar” 07, no. 02 (2016): 1–23.
- . *Sertifikasi Halal*, 2016.
- Aeniyatul. “Metode Penelitian.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3 (2019): 1–9.
- Afandy, Tonny. “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia)” 15, no. 1 (2014): 1–10.
- Agustian, Ilham, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda. “Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu.” *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>.
- Agustin, Adelia Maelani, Firda Shauma Destiawan, Moch Diki Yulianto, Okta Nurul Gina, and Edi Suresman. “Peran Sertifikasi Halal Dalam Melindungi Konsumen Muslim : Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Nasional” 2, no. 5 (2025).
- Agustin, Eny Widhia, Mia Hafizah Tumangger, and Axcel Martsanda Pertiwi. “Study Pustaka Pemilihan Skincare Berdasarkan Komposisi Sesuai Dengan Permasalahan Kulit Wajah,” 2024.
- Amalia, Farah. “The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2019): 19–24. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4774>.
- AprilAmelia, Fadiah Cahya, Arfian Suryasuciramdhan, and Ika Choirunnissa. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Image Wardah Sebagai Produk Kosmetik Halal Di Indonesia” 4, no. April (2025).
- Aris Pasigai. “Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan* 1, no. 1 (2009): 51–56.
- Asrulla, Risnita, M. S Jailani, and Firdaus Jeka. “Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–32.

- BPOM. “Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.” *Bpom Ri* 2010 (2019): 1–258.
- Budiharjo, Harry. “Pemasaran Online,” 2021.
- Ciswati, Siska, and Irwan Septayuda. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop.” *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 9, no. 2 (2023): 61–71. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>.
- Consumer, Terhadap, Behavior Dan, and Dampaknya Pada. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi.” 5, no. 8 (2020): 497–506.
- Dea, Reshanty, Nur Macdhy, Siti Mariam, and Ajat Sudrajat. “Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie” 17, no. 2 (2022): 161–71.
- Eka Budiyaniti. “Potensi Dan Tantangan Pengembangan Industri Halal Di Indonesia.” *Badan Keahlian DPR-RI*, 2025, 2024–25.
- Ekonomi, Perspektif, and Syariah Dimasa. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias” 4 (2021): 22–36.
- Fatimah, Andini Nur, Arif Hidayat, Adi Setiadi, Juliana Juliana, and Abdurrauf Umar. “Halal Cosmetics and Acne Vulgaris : Uncovering Consumer Behavior and Sustainable Solutions.” *Jurnal Upi* 7, no. 2 (2024): 141–54.
- Gaya, Antara, Hidup Dan, and Kaidah Agama. “Sertifikasi Halal Barang Gunaan ,” no. 174 (2025).
- Ghoni, Abdul. “Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior Studies In Real Estate Main Griya Banjardowo Semarang,” n.d., 1–23.
- Gita Lukiana Kurniasari, Nurhayati. “Analisis Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Dengan Dimoderasi Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Retail Secara Online Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang)” 19, no. 4 (n.d.): 243–53.
- Gunawan, Rizky Arief, Dheny Prasetya Zulkarmain, Sheptian Tunjung Arianto, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Perbandingan Metode Ordinary Least Square (OLS) Dan Metode Partial Least Square (PLS) Untuk Mengatasi Multikolinearitas.” *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Ekologi, Dan Pendidikan* 1, no. 6 (2023): 795–808. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10476911>.

- Haque-fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, and Heri Erlangga. *Konsep , Teori Dan Implementasi*, n.d.
- Hariyadi, Guruh Taufan. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI MINIMARKET (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart Di Semarang).” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2017): 16–32. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1475>.
- Herlina, Nina, Yuyun Susanti, Asep Edwin Ramadhan, and Universitas Galuh Ciamis. “Analisis Pengaruh Faktor Pribadi Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian” 03, no. 03 (2021): 210–16.
- Hudani, Amalina. “Pengaruh Faktor Budaya , Faktor Sosial , Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian” 1, no. 2 (2010): 99–107.
- Indraswari, Retno, Kartika Lindawati, and Stevia Septiani. “Analisis Eksploratori Pembelian Kosmetik Halal.” *Journal of Applied Business and Economic* 5, no. 2 (2018): 141–62.
- Indrawati, Teti. *Formulasi Sediaan Kosmetik Setengah Padat*. Penerbit ISTN, 2011.
- Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, Putri Alya, and Dwi Imaroh. “Dinamika Nilai-Nilai Budaya Dan Preferensi Produk Halal Dalam Pasar Global.” *ASWALALITA (Journal of Da’wah Management)* 02, no. 02 (2024): 2963–833.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. “Artikel Statistik Yang Benar.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Kholidah, Nur, and Muhammad Arifiyanto. “Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Di Pekalongan.” *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2021): 136–51. <http://wahanaislamika.ac.id>.
- Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik Dan Penggunaannya.” *Fatwa MUI*, 2013, 92. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>.
- Mamonto, Tumbuan, and Rogi. “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2021): 110–21.
- Maryani, Maryani, and Sayed Fachrurrazi. “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kosmetik Produk Latulipe Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Perempuan Indonesia Menggunakan Metode Promethee.” *Sisfo: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 2 (2017): 97–126. <https://doi.org/10.29103/sisfo.v1i2.245>.
- Maulana, Andi. “Analisis Validitas , Reliabilitas , Dan Kelayakan Instrumen

- Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa” 3, no. 3 (2022): 133–39.
- Memet Prada, Ida Anggriani, Abdul Rahman. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada LPK Barokah Kota Bengkulu” 11, no. 1 (2023): 571–80.
- Muhammad Helmy Reza, and Fatana Suastrini. “Analisis Faktor-Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Air Minum Isi Ulang Pada Depot Air Minum Bale Syiar Kecamatan Kuripan.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALLIANSI* 4, no. 2 (2021): 16–24. <https://doi.org/10.54712/aliansi.v4i2.209>.
- Muttaqin, Amelia Aprilliyani, Budhi Wahyu Fitriadi, and Rita Tri Yusnita. “Factors That Influence The Decision To Purchase Syar ’ i Products On Tasikmalaya Centennial (Survey On Iait Femele Students In Tasikmalaya City) Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Syar ’ I Pada Kaum Centennial Kota Tasikmalaya (Survei Pada Mahasiswi IAIT Kota Tasikmalaya)” 2, no. 1 (2023): 33–44.
- Nabila, Intan, and Alif Idzatulloh. “Peran Corporate Communication PT Paragon Technology And Innovation Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan” 2 (2025): 133–46. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.621>.
- Nikma Lababa , Hapsawati Taan, Idham Masri Ishak. “Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik (Studi Konsumen Sepeda Listrik Di Kabupaten Gorontalo)” 10, no. 11 (2024): 564–72.
- Nur Aisyah Indarningsih, and Suci Wulandari Siregar. “Halal Labelization, Word of Mouth and Halal Awareness on Purchase Decisions of Pharmaceutical Products (Case Study of Yogyakarta Muslim Students).” *Journal of Halal Product and Research* 6, no. 1 (2023): 11–21. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.6-issue.1.11-21>.
- Nur, Hadiati Endah. “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 22, no. 1 (2014): 11–25. <https://jurnalekonomi.lipi.go.id/JEP/article/view/31>.
- Panji Ragatirta, Laurensius Panji, and Erna Tiningrum. “Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap.” *Excellent* 7, no. 2 (2020): 143–52. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>.
- Pariansyah, Norpahmi, Wan Laura Hardilawati, Fitri Ayu Nofirda, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Tribun Pekanbaru, and Keputusan Pembelian. “Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian KOran Tribun Pekanbaru” 5, no. 1 (2025): 290–309.
- Pengetahuan, Ilmu. “Pengaruh Faktor Budaya Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Prudential Life Assuranc” 2, no. 2 (2018): 245–60.

- Poluan, Jane G, and Merlyn M Karuntu. "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Luar Daerah Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 1 (2021): 23–33.
- Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi." *Dinamika Kepariwisata* 11, no. 2 (2012): 13–23.
- Prasetyo, Teguh. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang)." *Kajian Akuntansi Dan Bisnis* 1(1) (2017): 1–3.
- Pratiwi, Ketut Indah. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta" 4, no. 11 (2023): 3619–45.
- Priya Darsini, S. "Hubungan Religiusitas Dengan Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan 'Wardah Cosmetics' Skripsi." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 3, no. 1 (2018): 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Putri, Debi Eka, Onita Sari Sinaga, Edy Dharma, Ni Wayan, Dian Irmayani, Henny Noviany, and C Dms. *Perilaku Konsumen Kontemporer: Tren Perilaku Konsumen Di Era Digital*, n.d.
- Putri, Shinta Dewi, Chandra Satria, and Bagus Setiawan. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)," n.d., 23–38.
- Rachmawati, Putriana. "Edukasi Terkait Keamanan Kosmetik Kepada Masyarakat." *MitraMas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (2023): 101–13. <https://doi.org/10.25170/mitramas.v1i2.4308>.
- Rafiz, Fadhil Mochammed, Zainul Arifin, and Kadarisman Hidayat. "ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK DAIHATSU (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* 39, no. 2 (2016): 105–11.
- Rahmatillah, S R I Fatimah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Farmasi Halal Di Kota Parepare," 2024.
- Saifuddin, and Sitti Aisyah. "Preferensi Dan Persepsi Konsumen Generasi Milenial Terhadap Halal Cosmetics." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 5, no. 2 (2021): 1–17.
- Sanaky, Musrifah Mardiani. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

- Santoso, Daniel Teguh Tri, and Endang Purwanti. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang" 6, no. 12 (2013): 112–29.
- Saputra, Andi, and Chandra Satria. "Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar Di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)." *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2021): 141–58.
- Sari, Mutia, Habibur Rachman, Noni Juli Astuti, Muhammad Win Afgani, and Rusdy Abdullah Siroj. "Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 01 (2022): 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>.
- Septiani, Stevia, and Retno Indraswari. "Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal Di Kota Bogor." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 9, no. 1 (2019): 59. <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.25370>.
- Sjawal, B P, L Mananeke, and R. J. Jorie. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Consumers)." 379 *Jurnal EMBA* 8, no. 3 (2020): 379–88.
- Sriningsih, Mega, Djoni Hatidja, and Jantje D Prang. "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut." *Jurnal Ilmiah Sains* 18, no. 1 (2018): 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>.
- Sudirman, Musa. *Strategi Pemasaran. Makalah Ilmiah Ekonomika*. Vol. 14, 2023.
- Suharto. "Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan" 10, no. 1 (2023): 26–44.
- Sundari, Eva. *Manajemen Pemasaran*, 2023.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2, no. 1 (2023): 160–66.
- Veronica, Fiona, and Triana Ananda Rustam. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Billindo Utama Di Kota Batam," 2020, 1–10.
- Wardana, Dwiyadi Surya. "Pengaruh Kepribadian Konsumen Pada Pilihan Merek Sebagai Konsep Diri Pada Kategori Produk." *Jurnal Ilmiah Aset* 13, no. 1 (2011): 21–35.
- Wulandari, Nesti, Ahmad Dardiri, Paula Candra, Nur Novita Sari, and Kata Kunci.

“Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iphone” 5, no. 2 (2023): 56–62.

