

DAFTAR REFERENSI

- Adisty, N. (2023). Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat. Retrieved August 5, 2023, from Goodstats.id website: <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed#:~:text=Indonesia mengalami pertumbuhan akan penggunaan produk kecantikan sebesar,yang diberaengi dengan tren dan jenis produk terbaru.>
- Adnan, A., & Abubakar. R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). CV. Sefa Bumi Persada.
- Adnan, A., & Aiyub. A (2020). Reinventing Potensi Generasi Milenial di Era Marketing 4.0 Aceh: *Sefa Bumi Persada (unpublished)*. diakses pada: <https://repository.unimal.ac.id/7014>.
- Asbar, Y., Biby. S., Razif. R., & Siregar. W. V. (2021). Millennial Generation and Smartphone Purchase Intention, *Management Research and Behavior Journal*, 1(2), 55-60
- Agistya, N. E., & Khajar, I. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Makanan Halal Rocket Chicken di Kesesi (Study Pada Masyarakat Pekalongan). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 1(9), 1–20.
- Ahmed, N., Li, C., Khan, A., Qalati, S. A., Naz, S., & Rana, F. (2020). Purchase Intention Toward Organic Food Among Young Consumers Using Theory of Planned Behavior: Role of Environmental Concern and Environmental Awareness. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1(1), 1–28.
- Aitken, R., Watkins, L., Williams, J., & Kean, A. (2020). The Positive Role of Labelling On Consumers' Perceived Behavioral Control and Intention to Purchase Organic Food. *Journal of Cleaner Production*, 25(5), 1–9.
- Akbar, M. A., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 212–220.
- Alhally, A. (2020). Pengaruh Kepedulian, Pengetahuan, Sikap, Inisiatif Pemerintah, Tekanan Teman Sebaya, dan Spiritualitas Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan di Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 130–142.
- Amanda, N. (2023). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace.

Retrieved October 17, 2023, from [Compas.co.id](https://compas.co.id) website: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.

Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10.

Bai, L., Wang, M., & Gong, S. (2019). Understanding The Antecedents of Organic Food Purchase: The Important Role of Belief, Subjective Norms, and Identity Expressiveness. *Journal of Sustainability*, 11(2), 1–18.

Burke, R. R., Cho, J., Desarbo, W. S., & Mahajan, V. (2017). The Impact of Product-Related Announcements On Consumer Purchase Intention. *Journal of Advances In Consumer Research*, 17(1), 342–351.

Canio, F. De, & Martinelli, E. (2021). Enhancing Consumers' Pro-Environmental Purchase Intentions: The Moderating Role Of Environmental Concern. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(9), 1312–1329.

Cekindo.com. (2023). Data Pertumbuhan Skincare di Indonesia. Retrieved October 17, 2023, from [Cekindo.com](https://www.cekindo.com/) website: <https://www.cekindo.com/>

Chen, H.-S., Liang, C.-H., Liao, S.-Y., & Kuo, H.-Y. (2020). Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Food Delivery Platform Services. *Journal of Sustainability*, 1(2), 1–18.

Chen, M., & Zhang, W.-H. (2021). Purchase Intention For Hydrogen Automobile Among Chinese Citizens: The Influence of Environmental Concern and Perceived Social Value. *International Journal of Hydrogen Energy* 46, 1(8), 18000–18010.

Chetioui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui, H. (2019). How Fashion Influencers Contribute to Consumers' Purchase Intention. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 2(6), 1–20.

Chin, P. N., Isa, S. M., & Alodin, Y. (2019). The Impact of Endorser and Brand Credibility On Consumers' Purchase Intention: The Mediating Effect of Attitude Towards Brand and Brand Credibility. *Journal of Marketing Communications*, 1(9), 1–17.

Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Sikap, Norma

- Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Online Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang). *E-Jurnal Manajemen*, 12(1), 1494–1503.
- Darmawan, P. A. D. T., Yasa, P. N. S., Wahyuni, N. M., & Dewi, K. G. P. (2022). Pengaruh Elektonic Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 89–100.
- Dwitari, D. M., & Kusdiby, L. (2019). Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care Dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal. *Journal of Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1–11.
- Ekawati, T., Kusmantini, T., & Utami, Y. (2020). Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Organik. *Journal of Business and Information Systems*, 2(1), 32–45.
- Elafansa, S., & Hartono, A. (2023). Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan, Kepedulian Lingkungan dan Afeksi Lingkungan Terhadap Pembelian Produk Hijau. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1195–1206.
- Evelyna, F. (2021). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial. *JBMA: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 8(1), 1–19.
- Fasha, A., & Yuwono, W. (2022). Analisis Kriteria Yang Mempengaruhi Milenial Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik. *Journal of Management & Business*, 5(1), 198–212.
- Fitriani, I., Widyawati, W., & Syafrial. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kendali Perilaku terhadap Niat Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Pembelian Makanan Berkemasan Ramah Lingkungan Foopak. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1115–1125.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia.
- Hernomo, A. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk The Body Shop di Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(4), 1–10.

- Hidayah, A., & Mudjiyanti, R. (2020). Pengaruh Sikap, Fashion Leadership, Kepercayaan Konsumen, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Produk Fashion Secara Online. *SEMNAS LPPM*, 5(1), 458–469.
- Hidayatullah, T. F., & Sutarso, Y. (2023). Peran Media Sosial, Ulasan Daring, dan Kepedulian Lingkungan Pada Perilaku Pembelian Green Product. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 23–40.
- Ikhsan, R. R. N., & Sukardi. (2020). Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 49–55.
- Indriyani, R. M., Susanto, & Ningrum, N. K. (2021). Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli Produk di Mediasi Oleh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan (Study Kasus The Body Shop Yogyakarta). *E-Jurnal Manajemen*, 10(10), 1030–1050.
- Jain, S. (2020). Assessing The Moderating Effect of Subjective Norms On Luxury Purchase Intention: A Study Of Gen Y Consumers In India. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(5), 517–536.
- Jeong, H. J., & Kwon, K.-N. (2012). The Effectiveness of Two Online Persuasion Claims: Limited Product Availability and Product Popularity. *Journal of Promotion Management*, 1(8), 83–99.
- Juliany, E. (2021). Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Rantauprapat (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2(1), 162–173.
- Kautish, P., & Sharma, R. (2019). Value Orientation, Green Attitude and Green Behavioral Intentions: An Empirical Investigation Among Young Consumers. *Journal of Young Consumers*, 20(4), 338–358.
- Khori, J. M. (2023). Pengaruh Personal Selling, Promosi, dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Advan PT. Maju Telekomunikasi Batam. *J-MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 90–96.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.; B. Sabran, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kumar, A., Prakash, G., & Kumar, G. (2021). Does Environmentally Responsible Purchase Intention Matter For Consumers? A Predictive Sustainable Model Developed Through An Empirical Study. *Journal of Retailing and Consumer*

Services, 5(8), 1–9.

- Kurniawati, A., Pandjaitan, D. R. H., & Ambarwati, D. A. S. (2023). Pengaruh Sikap, Positioning, dan Pengetahuan Merek Terhadap Niat Beli Produk Hijau (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Lampung). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(4), 5890–5901.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139–154.
- Lestari, E. R., Putri, H. K., Anindita, C., & Laksmiari, M. B. (2020). Pengaruh Green Product (Minuman Ramah Lingkungan), Green Advertising, dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Green Trust dan Implikasi Terhadap Niat Beli. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 21(1), 1–10.
- Li, L., Wang, Z., Li, Y., & Liao, A. (2021). Impact of Consumer Innovativeness On The Intention To Purchase Sustainable Products. *Journal of Sustainable Production and Consumption*, 2(7), 774–786.
- Lim, H.-R., & An, S. (2019). Intention to Purchase Wellbeing Food Among Korean Consumers: An Application of The Theory of Planned Behavior. *Journal Pre-Proof*, 2(9), 1–32.
- Maharani, B. D., Hutami, L. T. H., & Isna, K. (2021). Intensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan Berdasarkan Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 9(2), 182–190.
- Mecadinisa, N. (2023). Survei Menunjukkan 90% Perempuan di Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal. Retrieved October 20, 2023, from Fimela.com website: <https://www.fimela.com/Beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal?page=4>
- Mu'arrafah, A., Munir, M., & Rokhim, A. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Makanan dan Minuman Dalam Kemasan Berlabel Halal di Supermarket Kabupaten Jember. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 154–169.
- Muliawan, S., & Sugiarto, S. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–6.
- Mutia, A. (2023). Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp 111,83 Triliun Pada Tahun 2022. Retrieved August 4, 2023, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>

- Nadiya, A. F., & Ishak, A. (2022). Analisis Niat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(3), 186–204.
- Nasir, M., Saputro, E. P., & Setyaningrum, D. P. (2019). Faktor Stimulus Produk Ramah Lingkungan. *The 10th University Research Colloquium*, 1(1), 1–9.
- Nilasari, N. P. H., & Kusumadewi, N. M. W. (2016). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Kosmetik Hijau Merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 821–848.
- Ningtyas, Y., Fitria, D., Pradani, Y. S., Mutohar, Arum, N. P., & Maknun, L. (2021). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(8), 42–50.
- Noor, N. M., Noranee, S., Zakaria, M. F., & Unin, N. (2020). Online Shopping: The Influence of Attitude, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control On Purchase Intention. *ICEBA*, 1(1), 33–36.
- Notoadmojo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdin, I., and Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Peng, L., Zhang, W., Wang, X., & Liang, S. (2020). Moderating Effects Of Time Pressure On The Relationship Between Perceived Value And Purchase Intention In Social E-Commerce Sales Promotion: Considering The Impact Of Product Involvement. *Journal of Information & Management*, 21(11), 1–12.
- Rahayu, A., & Isa, M. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemuda Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3568–3579.
- Rahmawati, E., & Oktapiani, S. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Green Product Masyarakat Sumbawa. *UTS Student Conference*, 1(4), 330–339.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap dan Niat Beli Produk Hijau “The Body Shop” di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Saraswaty, W., & Suprpti, N. W. S. (2015). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Pada Produk Tupperware). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2407–2427.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Sinambela, E. A., Azizah, R. N., Lestari, U. P., Ernawati, & Issalillah, F. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Kepercayaan Merek, Negara Asal Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Minuman Probiotik Yakult. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 107–113.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rindaldi, M., & Cindy. (2022). Pengaruh Personal Selling dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. *Seminar Nasional Humaniora & Teknologi*, 1(1), 552–561.
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference On Economics and Business*, 1(1), 174–183.
- Steihart, Y., Mazursky, D., & Kamins, M. A. (2013). The Process By Which Product Availability Triggers Purchase. *Journal Springer*, 2(4), 217–228.
- Suarjana, I. K. A., & Suparna, G. (2019). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Sepatu League. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(10), 6281–6300.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–11.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, Y., & Wang, S. (2020). Understanding Consumers' Intentions to Purchase Green Products In The Social Media Marketing Context. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 860–878.
- Umar, B. S. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif Versus Kuantitatif*. Yogyakarta: Pusaka Belajar.
- Walia, S. B., Kumar, H., & Negi, N. (2020). Impact of Brand Consciousness, Perceived Quality of Products, Price Sensitivity and Product Availability On Purchase Intention Towards Green Products. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 19(1), 107–118.
- Watanabe, E. A. de M., Alfinito, S., Curvelo, I. C. G., & Hamza, K. M. (2020). Perceived Value, Trust and Purchase Intention of Organic Food: A Study With Brazilian Consumers. *British Food Journal*, 122(4), 1070–1184.
- Weissmann, M. A., & Hock, R. L. T. (2022). Making Sustainable Consumption Decisions: The Effect of Product Availability On Product Purchase Intention. *Journal of Global*

Marketing, 35(4), 269–284.

- Whang, J. Bin, Song, J. H., Choi, B., & Lee, J.-H. (2021). The Effect of Augmented Reality On Purchase Intention of BEAUTY Products: The Roles of Consumers' Control. *Journal of Business Reseach*, 13(2), 275–284.
- Wulandari, N. A., & Ratnasari, R. T. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Konsumen Non-Muslim Pada Produk Makanan Halal di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 687–695.
- Yue, B., Sheng, G., She, S., & Xu, J. (2020). Impact of Consumer Environmental Responsibility On Green Consumption Behavior In China: The Role of Environmental Concern and Price Sensitivity. *Journal of Sustainability*, 1(2), 1–16.
- Zahrati, Siregar, W. V., & Razif. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kuota Internet di Kota Lhokseumawe. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(1), 1–5.