

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Nurul., dan Amron. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Skincare* Pada Tiktok Shop. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 49–61.
- Ahnaiani, Miyada Nur., Kurniawati, Darini., Hakim, Ali Rakhman., dan Yuwindry, Iwan. (2024). Tingkat Pengetahuan dan Penggunaan Tabir Surya (*Sunscreen*) Pada Pelajar SMA Palangka Raya. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 18(8), 965–971.
- Cahyaningtyas, Riska., dan Wijaksana, Tri Indra. (2021). Pengaruh *Review Produk* dan *Konten Marketing* Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. 8(5), 6488–6498. <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Management/Article/View/16484>
- Devi, Candra., Savitri, Citra., dan Faddila, Syifa Pramudita. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare The Originote* di Shopee. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6, 6189–6204. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i9.2588>
- Fitriani, Azizah., dan Rizal, Alimuddin. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *Diskon Flash Sale*, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6, 4239–4253. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i5.1617>
- Ghoni, Mohammad Abdul., dan Soliha, Euis. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Online Customer Review* dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Abstrak. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Ghozali, Imam. (2023). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4* Badan Penerbit Undip. 3.
- Hair, J. F., Howard, M. C., dan Nitzl, C. (2020). *Assessing Measurement Model Quality In Pls-Sem Using Confirmatory Composite Analysis*. *Journal Of Business Research*, 109, 101–110.
- Herman, Maszudi, Edi., Hamid, Rahmad Solling., Dewintari, Putri., dan Aulia, Atika. (2023). Peran *Influencer Marketing*, *Online Customer Review* dan *Content Marketing* Dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya : Jurnal Ekonomi Dan Ekonnomi Syariah*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1059>

- Huda, Isra Ul., Karsudjono, Anthonius J., dan Darmawan, Ryan. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31602/Al-Kalam.V8i1.4156>
- Kotler, Philip., dan Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*. Pearson Education South Asia Pte Limited, 2017.
- Laili, Faricha Mufida., Hariasih, Misti., dan Sari, Hrlinda Maya Kusuma. (2024). *The Role Of Brand Ambassador, Brand Image And Price On. Costing : Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7, 2876–2888.
- Lase, Greis Putri., dan Hikmah. (2024). *The Influence Of Viral Marketing , Online Customer Riview And Confidence On Decisions To Purchase Fashion Products On Shopee In Batam City Pengaruh Viral Marketing , Online Customer Review. Costing : Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7.
- Latief, Fitriani., dan Ayustira, Nirwana. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139–154.
- Lengkawati, Arti Sukma., dan Saputra, Taris Qistan. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). 18(1), 33–38.
- Mahardini, Swesti., Singal, Virginio Gryffin., dan Hidayat, Malik. (2022). Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Ekonomika.V6i1.2480>
- Mulyati, Yofina., dan Gesitera, Grace. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Trust* Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V9i2.538>
- Nanda, Resty Melilia., Sudarwati, Anantasia Natalia., dan Andriani, Tisya Ayu. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Sebagai Variable Intervening Pada Produk *Skincare* Di Samarinda. *Jurnal Geoekonomi*, 15(1.2024), 201–210. <https://doi.org/10.36277/Geoekonomi.V15i1.2024.449>
- Nefrida, Riati., dan Mustofa, Riyadi. (2022). Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Berbelanja *Online* Pada Media Instagram (Studi Kasus :

- Mahasiswa Stie Persada Bunda Di Pekanbaru). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 166–183. <https://doi.org/10.35446/Bisniskompetif.V1i2.1075>
- Nurakhmawati, Ridha., Purnamawati, Ami., dan Fahmi, Indra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.1881>
- Nurijayanti, Anggi., Sukamdiani, M. G., dan Perdana, Dian Noor Citra. (2023). Pengaruh Review Produk, *Konten Marketing* dan Persepsi Harga Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian *Camille Beauty By Nadya Shavira*. *Jurnal Wiranomika*, 2(1).
- Poluan, Jane Grace., Mandey, Silvya Levina., dan Massie, Jamesdicky. (2022). Analisis *Digital Marketing* Terhadap *Revisit Intention* Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(2), 723–741.
- Rahma, Hilda Maulida., dan Slamet, Afi Rachmat. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Celebrity Endorser*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Ms Glow* (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(11).
- Sadevia, Nurul Nanda., Artika, Ida Bagus Eka., dan Satriawan. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Image* dan *Influencer Marketing* Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 51–59.
- Salsabila, Nabila Huria., dan Utami, Kristiana Sri Utami. (2024). Pengaruh *Influencer* dan Ulasan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Brand Skincare Avoskin* Di. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2).
- Sari, Chici Imelda., dan Riofita, Hendr. (2024). Peran *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran *Digital* Era Modern. *Ekonodinamika Jurnal Ekonomi Dinamis*, 6(2), 198–205.
- Satiawan, Andi Adil., Hamid, Rahmad Solling., dan Maszudi, Edi. (2023). Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09(01), 1–14.
- Setianingsih, Ayu., dan Murtafia. (2023). *Marketing Content* Instagram Sebagai Media Promosi Pada PT Pos Indonesia (Persero) KCU Makassar 90000. *Admit: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 320–337.

<https://doi.org/10.33509/Admit.V1i2.1908>

- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1–11.
- Shukmalla, Delia., Savitri, Citra., dan Pertiwi, Wike. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mirai Managemen*, 8(3), 326–341.
- Simanjuntak, Naomi Charissa., Rohaeni, Heni., dan Maulia, Indah Rizky. (2024). Pengaruh *Affiliate*, *Content Marketing* dan *E-Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Pada Perempuan Gen Z Di Bekasi Selatan. *Ijesm Indonesian Journal Of Economics And Strategic Management*, 2(1), 939–953.
- Sinollah, Maulidiyah, Dewi Nur., dan Arsyianto, Mohammad Tody. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 7(2), 94–105.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Badan Penerbit Alfabeta.
- Suryadi, Lienry Salsa Putri., Ramdan, Asep Muhammad., dan Jhoansyah, Dicky. (2024). *Analysis Of Online Customer Reviews And Online Customer Rating On Purchasing Decisions With E-Trust As A Mediating Variable (On E-Commerce Users)*. *Costing :Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7, 306–317.
- Suwondo, Nurlaily., dan Andriana, Anna. Noor. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Content Marketing*, dan *Brand Love* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platfrom Tiktok Shop (Studi Pada Konsumen Produk Skintific Di Samarinda). *Jimea : Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Eknomi, Dan Akuntansi*, 7(3).
- Uyuun, Sifa Nur., dan Dwijayanti, Renny. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa FEB Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2).
- Zed, Etty Zuliawati., Ratnaningsih, Yunita Ramadhani., dan Kartini, Tri Mulyana. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di *E-Commerce* Pada Mahasiswa

Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 218–225.