

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Agustina, A. I., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). *PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Clothing Prung Terraces Wear Yang Melakukan Pembelian Melalui Marketplace Shopee)*. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Anatasya, R. I., Made, I., Dirgantara, B., & Nurdianasari, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Somethinc Di Kota Tangerang Selatan (Studi Pada Platform Tiktok Shop). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content marketing dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226.
- Astuti, S. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martha Tilaar Di Kota Tembilahan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 5(2), 92–105.
- Damayanti, P. P. S., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over Pada Tiktok Shop. *Jurnal EMAS*, 4(12), 2968–2978.
- Dani Pradana. (2020). Tantangan Implementasi Manajemen Proyek Teknologi Informasi Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 10(02), 7–13. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v10i02.180>
- Dio Thafanya. (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Online Shop @Riddikuluswear.Id Di Instagram). *Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia*. , 11–31.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- goodstats.id. (2024). *Top 10 Brand Perawatan dan Kecantikan di E-Commerce*. Daffa Shiddiq Al Fajri. <https://goodstats.id/article/brand-perawatan-kecantikan-lokal-menggeser-dominasi-brand-global-pada-2024-gQLD2>

- Hadi, S. (2003). *Metodologi researchII*.
- Harahap, M. H., Amin, R. Al, & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Jumka*, 1(1).
- Hasanah, A., Setyowati, T., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Di Kabupaten Jember. *Growth*, 21(1), 12–25.
- Hidayat, Y. L. I., & Yoestini, Y. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (STUDI PADA GENERASI Z KOTA SEMARANG). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3).
- Irianto, D. R. (2021). *Pengaruh Content Marketing dan Brand Image terhadap minat beli produk mitra Bukalapak: Studi pada konsumen mitra Bukalapak di Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kotler, P. (2009). (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kumalasanti, M. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta. *Journal Competency of Business*, 6(01), 77–94. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1306>
- M, N. S., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>
- Malohing, G., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza pada PT . Hasrat Abadi Jayapura. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1229–1238.
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.560>
- Maulidiyah, A., & Shofiyuddin, M. (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Pelanggan Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Kecamatan Comal Kabupaten Pematang). *Unikal National Conference*, 793–800.
- Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3446/1722>
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>

- Ramadhani, B. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Pembelian di Surabaya (Studi terhadap Toko Online Zalora dan BerryBenka)*. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Ramadhani, D. (2022). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CINCAU STATION DI TRANSMART RUNGKUT SURABAYA*. Universitas Dr. Soetomo Surabaya.
- Rika Widianita, D. (2023). PENGARUH SUPERVISI AKADEMIK KEPALA SEKOLAH, PENGALAMAN PELATIHAN GURU, DAN MASA KERJA GURU TERHADAP KOMPETENSI PEDAGOGIK GURU DI MTsN 2 PONOROGO. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Sabila, T. D. (2021). *Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Online Shop@ Riddikuluswear. Id Di Instagram)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna iphone (survei pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang)*. Brawijaya University.
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (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 Management*, 8(3), 326–341.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Analisis data adalah proses sistematis mempelajari dan merencanakan secara sistematis data*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.
- Tempo.co. (2023). *Mengenal Skintific, Merek Skincare Kanada yang Sedang Naik Daun di Tanah Air*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/mengenal-skintific-merek-skincare-kanada-yang-sedang-naik-daun-di-tanah-air-182888>
- Valentina, A., Rizal, M., & Hardaningtyas, R. T. (2019). Pengaruh Content Marketing, Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 536–542. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Woran, A. J., Sambuaga, O. T., Regar, V. E., & Domu, I. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Two Stay Two Stray pada Pembelajaran Operasi Aljabar di SMP Kelas VII. *MARISEKOLA: Jurnal Matematika Riset Edukasi Dan Kolaborasi*, 3(1), 41–44. <https://doi.org/10.53682/marisekola.v3i1.1326>
- Yuniardi, D., Althalets, F., & Mulawarman, U. (2024). the Influence of Social Media Marketing and Online Customer Reviews and E-Wom on Online Impulsive Buying on Skintific Clay Stick Products in E-Commerce Tiktok Shop (Study on Users of Skintific Clay Stick Products in Samarinda City) Pengaruh Social Media

M. *Ournal of Economic, Business and Accounting*, 7, 10241–10255.

Zahroi, A. (2024). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA, DAN AFFILIATE MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TIK-TOK SHOP (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun)*. Universitas PGRI Madiun.