

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N.A. & Fazizah, A., 2023, 'Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 137–152.
- Aini, A. & Adinugraha, H.H., 2024, 'Pengaruh kepercayaan konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk melalui marketplace Shopee pada masyarakat Kabupaten Pekalongan', *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 16(1), 19–25.
- Amelia, R.D., Michael, M. & Mulyandi, R., 2021, 'Analisis online consumer review terhadap keputusan pembelian pada e-commerce kecantikan', *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280.
- Amin, D.E.R. & Fikriyah, K., 2023, 'Pengaruh live streaming dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk fashion Muslim (Studi kasus pelanggan TikTok Shop di Surabaya)', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(1), 1–11.
- Anisafirli, R. & Lusia, A., 2023, 'Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di seira skincare', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1322–1337.
- Ardianita, A., 2024, *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Pada Media Sosial TikTok Di Kota Surabaya*.
- Ardianti, A.N. & Widiartanto, W., 2019, 'Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55–66.
- Asyraf, J.A., Melyanti, E.D., Turgarini, D. & Ningsih, C., 2022, 'Tren live streaming di platform e-commerce: seni berkomunikasi dalam memberi efek persuasif pada customer', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 4745–4750.
- Bachri, M.S., 2022, 'Optimalisasi Dan Efektivitas Digital Marketing Melalui Beriklan Di Instagram Yang Dipengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli', *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 1(01), 43–54.
- Belanche, D., Flavián, C. & Pérez-Rueda, A., 2020, 'Consumer empowerment in interactive advertising and eWOM consequences: The PITRE model', *Journal of Marketing Communications*, 26(1), 1–20.

- Devedi, P., Sujatha, R. & Pathak, R., 2017, 'A study on parameters of online reviews content that influence consumers buying behaviour-an Indian perspective', *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(4), 12–24.
- Dewi, F.E., Kuntardina, A. & Adiputra, E., 2022, 'Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee:(Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017)', *JEMB-Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 90–99.
- Dharma, B., Auliyani, M. & Manik, N.N.A., 2022, 'Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kota Medan)', *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 206–215.
- E-wom, P., Konsumen, K., Brand, D.A.N. & Gulo, I., 2022, 'Pengaruh e-wom, kepercayaan konsumen dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk skincare ms glow di kota batam', 41–49.
- Faradiba, B. & Syarifuddin, M., 2021, 'Covid-19: pengaruh live streaming video promotion dan electronic word of mouth terhadap buying purchasing', *Economos :Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1–9.
- Fatya, A.C., Ramadhanti, D.U. & Gunaningrat, R., 2024, 'Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “ Skintific ”’, 2(1).
- Fauziah, F., 2020, 'Strategi komunikasi bisnis online shop “shoppe” dalam meningkatkan penjualan', *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53.
- Fauziah, H. & Nurtjahjadi, E., 2024, 'Pengaruh pemasaran media sosial terhadap minat beli ulang yang dimediasi kesadaran merek produk hand body lation Marina di Kota Cimahi', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 1475–1482.
- Febriah, I. & Febriyantoro, M.T., 2023, 'Pengaruh live video streaming tiktok, potongan harga, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 218–225.
- Febriyanti, A. & Ratnasari, I., 2024, 'Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Di Tiktok Shop', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 50–57.
- Febriyanti, F. & Rustam, T.A., 2023, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam', *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81–89.

- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Badan penerbit universitas diponegoro, Semarang.
- Ginting, Y.M., Chandra, T., Miran, I. & Yusriadi, Y., 2023, 'Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation.', *International Journal of Data & Network Science*, 7(1), 329–340.
- Gozali, A., 2024, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen', *Jubisma*, 6(1), 1–6.
- Gulo, I. & Suhardi, S., 2025, 'Pengaruh E-Wom, Kepercayaan Konsumen Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Di Kota Batam', *Scientia journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2), 41–49.
- Hanifah, F.N. & Hidayat, R.S., 2024, 'Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian:(Studi pada Konsumen TikTok Shop Mahasiswa Universitas Budi Luhur)', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 138–147.
- Harli, I.I., Mutasowifin, A. & Andrianto, M.S., 2021, 'Pengaruh online consumer review dan rating terhadap minat beli produk kesehatan pada e-marketplace Shopee selama masa pandemi COVID-19', *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572.
- Hidayati, N.L., 2018, 'Pengaruh viral marketing, online consumer riviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2), 77–84.
- Imani, A.N., Hardini, R. & Digidowiseiso, K., 2023, 'The Effect of Product Quality, Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision of Wardah Cosmetics in Jakarta National University', *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 430–452.
- Imani, A.N., Putra, S.S. & Digidowiseiso, K., 2023, 'Pengaruh kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa Universitas Nasional Jakarta', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2537–2548.
- Ismagilova, E., Slade, E.L., Rana, N.P. & Dwivedi, Y.K., 2020, 'The effect of electronic word of mouth communications on intention to buy: A meta-analysis', *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226.

- Jawaad, A. & Abdilla, M., 2025, 'Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas', 01(03), 714–722.
- Kaharudin, E., Triyono, D. & Vernando, A.N., 2021, 'Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 1–8.
- Karina, M., Hernaningsih, F., Rivanto, R. & Thamrin, U.M., 2022, 'Strategi pemasaran dengan pemanfaatan fenomena viral dan komunikasi electronic word of mouth melalui sosial media di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924–942.
- Kawaf, F. & Istanbuluoglu, D., 2019, 'Online fashion shopping paradox: The role of customer reviews and facebook marketing', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 144–153.
- Khoirunisa, F. & Nurhayati, S., 2024, 'Pengaruh Customers Online Review, Customers Online Rating, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee', *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(4), 456–469.
- Kotler, P., & Armstrong, G., 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12, PT. Gelora Aksara Pratama. Nasution, Jakarta.
- Kotler & Armstrong., 2001, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, 8th edn., PT Gelora Aksara Pratama. Erlangga., Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2001, *Prinsip-Pinsip Pemasaran*, 8th edn., Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, 6th edn., Pearson, New York.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2016, *Marketing Management*, 15th edn., Pearson Education, New York.
- Kurniawan, F., Komariah, K. & Muhammad Danial, R.D., 2022, 'Analisis Online Consumer Review dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc', *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1888–1893.
- Kusmawati & Anggarawati, S., 2024, 'The Influence of Online Customer Review and Online Customer Rating Mediated by Consumer Trust on Skintific Product Purchase Decisions via Tiktokshop', *Student Journal of Business and Management*, 7(1), 47–60.

- Lammenett, E., 2019, *Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content-und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online-inklusive Facebook-Werbung*, Springer-Verlag.
- Lihardo, J. & Hernawan, E., 2022, 'Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19', *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 202–212.
- Lisnawati, L.L., Ramdan, A.M. & Jhoansyah, D.J., 2021, 'Analysis of Brand Image and Online Consumer Reviews on Consumer Loyalty', *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 9–15.
- Lita, A.M.N. & Auliya, Z.F., 2019, 'Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada', *EBBANK*, 10(1), 17–28.
- Martini, L.K.B., Sembiring, E. & Paulus, F., 2022, '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(1), 15–24.
- Maslucha, L. & Ajizah, N., 2023, 'Pengaruh Live Streaming Tiktok, Brand Minded, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scincare Scarlett', *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 912–922.
- Mehrabian, A. & Russell, J.A., 1974, *An Approach to Environmental Psychology*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Murhadi, W.R. & Reski, E.C., 2022, 'Pengaruh E-service quality, kesadaran merek, kepercayaan, word of mouth, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada tiktok shop (studi pada pelanggan tiktok shop)', *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 229–240.
- Nada A., 2020, *All About Skincare*, Brilliant Books.
- Ngadimen, A.N. & Widyastuti, E., 2021, 'Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening', *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134.
- Nuraeni, Y.S. & Irawati, D., 2021, 'Pengaruh online customer review, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (Studi kasus pada mahasiswa UBSI)', *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450.

- Nurivananda, S.M., 2023, *Pengaruh content marketing dan live streaming terhadap keputusan pembelian pada aplikasi media sosial Tiktok (Studi pada konsumen Generasi Z@ Scarlett_Whitening di Surabaya)*.
- Nyimpado, G.D., Marpaung, F.K., Almusahwir, M.A. & Ekonomi, F., 2024, 'Ambassador On Buying Interest In E-Commerce Shopee At Prima Indonesia University Pengaruh Online Customer Rating', *Online Customer Review Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli E-Commerce Shopee Pada Universitas Prima Indonesia*, 5(2), 3474–3489.
- Puspitaningrum, I.A. & Kadi, D.C.A., 2023, *Pengaruh fitur live streaming, content marketing, dan platform media sosial Tiktok terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada Ms Glow Kota Madiun)*, *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, vol. 5, 1–13.
- Puspitasari, D. & Widyasari, S., 2023, 'The Influence Of Trust, Ease Of Use, And Online Consumer Review On Consumer Purchase Decisions (Study on TikTok Shop Users in Rembang City)', *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 1297–1304.
- Putri, A.K. & Junia, A.A., 2023, 'Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop)', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Putri, A.R. & Lestari, W.D., 2022, 'Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)', *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474–1481.
- Ramadhan, A.T. & Hilwa, W., 2024, 'Pengaruh Live Streaming dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen TikTok Shop di Kota Depok)', *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 130–147.
- Rasyid, A., Basalamah, M.R. & Wahono, B., 2023, 'Pengaruh Online Customer Review, Customer Rating Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia', *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 623–631.
- Razak, M., 2020, *Perilaku Konsumen*, Alauddin University Press, Makassar.
- Rifa'i, K., 2023, *Kepuasan Konsumen*, UIN KHAS Press, Jember.
- Rizaty, M.A., 2022, *TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021, Katadata*.

- Sabila, A.K. & Lazuardy, I.T., 2024, 'Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Review, dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc pada Platform Tiktok', *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 57.
- Sahan, M.Y. & Witarti, D.I., 2021, 'Representasi Perempuan Cantik di Media Feminis Daring Jurnal Perempuan dan Magdalene Women ' s Beauty Representation in Online Feminist Media Jurnal Perempuan and Magdalene', 09(02), 210–229.
- Satiawan, A., Hamid, R.S. & Maszudi, E., 2023, 'Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok', *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1–14.
- Schneider, P.J. & Zielke, S., 2020, 'Searching offline and buying online—An analysis of showrooming forms and segments', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101919.
- Setyawan, R.A. & Marzuki, Y., 2018, *Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Pelajar, Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, vol. 1, 185–191.
- Siagian, D., dan S., 2006, *Metode Statistika*, Gramedia pustaka utama, Jakarta.
- Siboro, R.M. & Suhardi, S., 2020, 'Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam', *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132.
- Sihaloho, E.M., Sitorus, D.P.M. & Butar-Butar, I.P., 2023, 'Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar', *Journal Sains Student Research*, 1(2), 380–390.
- Siregar, F.S., Purnama, H. & Parsono, S., 2023, 'Pengelolaan Branding Perusahaan Di Media Sosial Melalui Pendekatan Content Marketing', *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 116–124.
- Solihin, D., 2020, 'Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening', *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Song, C. & Liu, Y., 2021, 'The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China'.

- Sugiarti, D.I. & Iskandar, R., 2021, 'Pengaruh consumer review terhadap keputusan pembeli terhadap toko online Shopee', *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962.
- Sugiyono, D.P., 2023, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Penerbit*, 5th edn., Alfabeta, Bandung.
- Sumadi, S., Thoâ, M., Efendi, T.F. & Permatasari, D., 2021, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, A.S. & Mulyana, M., 2022, *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*, Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Sunyoto, D., 2015, *Strategi Pemasaran*, Media Pressindo, Yogyakarta.
- Sutrisno, H., 2004, *Metodologi Research*, andi, yogyakarta.
- Swastha, B. & Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syakira, S.N. & Moeliono, N.N.K., 2019, 'Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger suhay salim terhadap proses keputusan pembelian produk freeman feeling beautiful facial masks', *EProceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Tjiptono & Chandra, 2016, *Service, Quality & satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2014, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2020, *Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Toji, E.M., Sukati, I. & Batam, U.P., 2024, 'Economics and Digital Business Review Pengaruh Online Customer Review , Brand Image , Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop', 5(2), 675–688.
- Tonda, F., Ali, H. & Khan, M.A., 2024, 'Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 181–194.
- Umar, H., 2010, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Rajawali Press, Jakarta.

- Wangai, R.F.W., Echdar, S. & Nanda, G.D., 2023, 'Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Modal Manusia dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja ASN Pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Manokwari', *Journal of Management and Business Accounting*, 1(2), 137–149.
- Wardani, D.S.D. & Maskur, A., 2022, 'Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening (studi kasus pengguna Scarlett Whitening)', *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148–1160.
- Werdani, R.E., Pinem, R.J. & Kurniawati, N.I., 2018, 'Pengaruh Jenis Pesan Pemasaran Produk Fashion Melalui Mobile Marketing Terhadap Kepercayaan, Respon dan Keinginan Pembelian Konsumen di Bandung', *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15(2), 13–25.
- Yosse, F. & Wuisan, D.S.S., 2021, 'Pengaruh information quality, social psychological distance, sense of power dan trust terhadap consumer purchase intentions pada social commerce (studi kasus: TikTok)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1).

