

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), 151-164.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Anjana. (2018). A Study On Factors Influencing Cosmetic Buying Behavior Of Consumers. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (Eds.). (2018). *Partial least squares structural equation modeling: Recent advances in banking and finance*.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta.
- Chen, C. C., & Chang, Y. C. (2018). What Drives Purchase Intention on Airbnb? Perspectives of Consumer Reviews, Information Quality, and Media Richness. *Telematics and Informatics*.
- Chen, Y., & Xie, J. (2008). Online Consumer Review: Word-Of-Mouth As A New Element Of Marketing Communication Mix. *Management Science*, 54(3), 477–491.
- Constantinides, E., & Holleschovsky, N. I. (2016). Impact Of Online Product Reviews On Purchasing Decisions. *WEBIST 2016 - Proceedings of the 12th International Conference on Web Information Systems and Technologies*.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). *Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara (RI-USU)*.
- Dennis, L., Ramdhana, F., Faustine, T. C. E., & Hendijani, R. B. (2020). Influence of Online Reviews and Ratings on the Purchase Intentions of Gen Y Consumers: the Case of Tokopedia. *International Journal of Management (IJM)*.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W., & Ferrel, O. (2019). *Marketing Concepts Strategies* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.

- Ferdinand, Augusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.
- Handoko, 2013, *Manajemen*. Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas. Yogyakarta: BPFE.
- Hasena, C., & Sakapurnama, E. (2021). Leveraging Electronic Word of Mouth on TikTok: Somethinc Skin Care Product Innovation to Increase Consumer Purchase Intention. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 5(1), 19-25.
- Hasrul, A. F., Suharyati, S., & ... (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. ... *Riset Nasional Ekonomi ...*, 2(1).
- Hetty. (2019). *Pengaruh Digital Marketing, Online Consumer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Fashion Yang Dibeli Secara Online Oleh Pegawai Di Direktorat Jenderal Sumber Daya Perangkat Pos Dan Informatika Kementerian Kominfo Jakarta Pusat)*. Tesis *thesis*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*.
- Kotabe, M. M., & Helsen, K. (2020). *Global marketing management*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global ed)*. In *England: Pearson*.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*.
- Melisa Putri. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What Makes A Helpful Online Review? A Study Of Customer Reviews On Amazon.Com. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 34(1), 185–200.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Grasindo.

- OECD (2019), "Understanding Online Consumer Ratings And Reviews", *OECD Digital Economy Papers*, No. 289, OECD Publishing, Paris
- OECD (2017), "Trust in peer platform markets: Consumer survey findings", *OECD Digital Economy Papers*, No. 263, OECD Publishing, Paris
- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The Effect Of Online Consumer Reviews On Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role Of Involvement. In *International Journal of Electronic Commerce*.
- Pham, T. D. (2016). Determinants of electronic word of mouth perceived credibility: a study of cosmetic purchasing behavior. *Master Business Administration*.
- Priansa, Donni Juni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, Elisa Desy Rinda. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based Online Review. *Icebess*.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Deepublish.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Selemba Empat.
- Schepers, M. (2015). *The impact of online consumer reviews factors on the Dutch consumer buying decision*.
- Sone, H. T. P. (2018). The Effects Of Brand Image, Product Quality And Sales Promotion To Thai Consumers Decisions To Purchase Korean Brand Cosmetics In Bangkok District. *Jurnal Internasional*.
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premiumcosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics Of Business, Economics, and Social Science*.
- Syafitri, F., Ariyani, L., & Tjiptaningsih, D. S. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Cinere. In *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I*.

- 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 (studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate untuk Riset Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Yunita, H. S. (2018). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada RW 10 Kelurahan Pengasinan Kota Depok). Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Internet:
- Beauty Trend 2020 - JAKPAT Survey Report - JAKPAT. (2021). Diakses 8 September 2021, dari <https://blog.jakpat.net/beauty-trend-2020-jakpat-survey-report/>
- Google. (2018). In the past two years, mobile searches for "product reviews" have grown over 35%. Diakses 15 October 2021, dari <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/mobile-search-statistics-for-product-reviews/>
- JPNN. (2021). Kemenperin: Industri Kosmetik Tumbuh Signifikan, Capai 3,39 Persen. Diakses 8 September 2021, dari <https://www.jpnn.com/news/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-capai-339-persen>
- KataData. (2020). 50 Merek Lokal Paling Populer. Diakses 11 Oktober 2021, dari <https://katadata.co.id/merek-lokal>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Kemenperin: Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. Diakses 8 September 2021, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Riyanto, G. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. Diakses 8 September 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Topreneur.id. (2021). Baru 1 Tahun, Beauty Brand Lokal Somethinc Masuk Top 50 Brand di Indonesia! Diakses 8 September 2021, dari <https://www.topreneur.id/baru-1-tahun-beauty-brand-lokal-somethinc-masuk-top-50-brand-di-indonesia/>
- Zap Beauty Index. (2020). Diakses dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>