

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R. (2019). *How To Win Instagram* (H. P. Dewi & M. Arum (eds.)). Stiletto Book.
- Agesti, N., Mohammad, ;, Ridwan, S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507.  
<http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Agustina, L., & Fayardi, A. O. (2019). Online Review : Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(4), 141–154.
- Alam, M. A. A. & S. N. (2020). *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398.  
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.353>
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1293–1308.
- 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.
- Compas. (2022). *Data Penjualan Serum Brand Lokal*.  
<https://compas.co.id/article/data-penjualan-serum-brand-lokal/>
- Databoks. (2023). *E-commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal 1 2023*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce->

dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023

- Digimind. (2022). *Data E-commerce Indonesia*. <https://digimind.id/data-e-commerce-indonesia-asosiasi/>
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*.
- Fauzi, R. U. A., Ardiningru, A. R., & Esmike, M. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador*. 2507(February), 1–9.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299.  
[https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN)
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. L. I. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99. <https://doi.org/10.31315/be.v18i1.5630>
- Handayani, K. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Somethinc*. <https://kabarhandayani.com/analisis-perilaku-konsumen-terhadap-produk-somethinc/>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>

- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesyra*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesyra.v6i2.1059>
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUAAASAN PELANGGAN. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Instagram. (2023). *Akun Instagram Tasya Farasya*.  
<https://www.instagram.com/tasyafarasya/>
- Jogiyanto, H. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE.
- Kompas. (2021). *Produk Perawatan Kulit Laris Manis Selama Pandemi*.  
<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/10/08/produk-perawatan-kulit-tidak-sepi-peminat-selama-pandemi>
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *Marketing Strategy In The Digital Age* (Issue 1).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles Of Marketing. In *Pearson*.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-84628-377-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-84628-377-2_3)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing-Management. In *Marketing-Management*. <https://doi.org/10.1515/9783486801125>
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *Principles Of Marketing* (Issue 1).
- Martias, D. (2023). Investigating The Role of viral marketing, online consumer reviews and prices on online shop purchasing decisions. *International Journal of Social and Management ...*, 3(6), 15–21.  
<https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/309%0Ahttps://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/download/309/237>
- Masitha Arimbi, I., & Wulandari, A. (2023). *The Influence of Korean Brand*

*Ambassador, Korean Wave, Price, and Promotion on Purchasing Decisions of Scarlett Whitening.* 4(1), 18–25.  
<http://world.journal.or.id/index.php/bpdm>

Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 2–17.

Muhammad Fachmi, & Sinau, H. (2022). The effect of Online Costumer Reviews and Influencer Marketing on Shopee Purchasing Decisions. *Terbuka Journal of Economics and Business*, 3(2), 44–52.  
<https://doi.org/10.33830/tjeb.v3i2.4206>

Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204.  
<https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>

Rahmawati, M., & Aeni, N. (2022). The Influence of Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of Pixy Powder Products. *Journal Neolectura*, 4(1), 301–322.

Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.

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), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Shimp, T. A. (2014). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (8th Ed)*.

Shopee. (2023a). *Serum Somethinc*.

<https://shopee.co.id/mall/search?keyword=serum&shop=195455930>

Shopee. (2023b). *Shopee*. <http://www.shopee.co.id>

Sianipar, A. H. F., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan

- Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sonie Mahendra, & Primasatria Edastama. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21–28. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317>
- Sudaryana, B. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pertama)*. CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Thakur, R. (2018). *Customer Engagement and Online Reviews*.
- Theresia, C., Parameswari, R., Buddhi, U., & Tangerang, D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. 2(1), 1–7. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Warningrum, S. L. (2023). Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 1(3).
- Wibowo, A. (2022). INFLUENCER, Digital Marketing. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*.  
<http://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/272>
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2021). Pengaruh Influencer Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2(2014), 222–230. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3464>