

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad sani. (2010). Point Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah. <https://ejournals.umma.ac.id/indeks.php/point>
- Ananda & Wandebori. (2016). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927>
- Antonia, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Assauri. (2010). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Perusahaan Dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Katalogis*, Volume 5 Nomor 7, Juli 2017 hlm 191-216
- Astuti. (2018). Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi) *The Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Revlon Cosmetic Purchase Decision (Case Study On Sam Ratulangi University Students)*. In *101 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).
- _____ (2018). Pengaruh Sosial Media Influencer Dan *Trustworthiness* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza). (Volume 07 No 02 Tahun 2019). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Awan, U., & Rehman, A. (2020). The Role of Price in Purchase Decisions: Evidence from the Cosmetic Sector. *Journal of Marketing Management*, 36(9-10), 795-814. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1779701>
- Ayu Selviana Saputri, Yuni Nuraeni. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mrketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI). In / *Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 9)
- Ayu Selviana Saputri, D., Chamidah, S., Purwaningrum, T., & Ekonomi, F. (2024). Pengaruh Ulasan Online, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine. In / *Jurnal Manajemen* (Vol. 8, Issue 2). <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Buchari alma. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kecantikan Emina. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2020). The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Customer Reviews. *Journal of Marketing Research*, 57(4), 594-613. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0244>
- Choirunnida, A., & Prabowo, R. E. (2024). Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota

- Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 263–274.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.8986>
- Elwalda et al. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla (Vol. 6, Issue 1).
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Ferdinand. (2014). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Brand Lokal Somethinc. *Economic Reviews Journal*, 3(3).
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.294>
- Filieri. (2014). Pengaruh *Online Customer Review* Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sr12 Herbal Skincare (Studi pada Customer SR12 Herbal Skincare Sukoharjo). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*
- Ghozali, I. (2016). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*.
- _____. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G.K Lackermain et al. (2013). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *E-commerce* Tokopedia (studi kasus kecamatan medan tunggal).
- Hardani et. (2020). Pengaruh Citra Merek, *Word of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pixy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Walisongo Semarang).
- Harjuno. (2018). Kualitas Produk, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian dan Brand Kecantikan Emina.
- Hennig-Thurau & Gremler. (2014). 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>
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2020). Consumer Behavior in E-commerce: A Study of the Impact of Product Quality and Online Reviews on Purchase Decisions. *International Journal of Information Management*, 50, 305-315.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.016>
- Indriani. (2019). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk, Dan *Product Diversity* Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Rumah Tangga Valenchstore Surabaya (Vol. 535, Issue 4).
- Indriyani Rahayu. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. In *Djemly 320 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4).

- Jannah, N. R., & Arifin, A. (2023). *The Influence of Price, Product Quality, and Promotion on Purchase Decisions in E-commerce Shopee with Trust as a Moderating Variable* (Vol. 1).
- Kasdi. (2016). Pengaruh Permintaan dan Penawaran terhadap Perekonomian. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*
- Khammash dalam Kanitra & Kusumawati. (2018). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E- WOM) Dan *Online Customer Review* (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 126–135. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2718>
- Kotler & Armstrong. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 215–222. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1828>
- (2016). Pengaruh Harga, Daya Tarik Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina (Studi Mahasiswi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2018). www.fe.unisma.ac.id
- Kotler dan Armstrong. (2018). Pengaruh Harga, Daya Tarik Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina (Studi Mahasiswi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2018). www.fe.unisma.ac.id. *Jurnal Manajemen Bisnis*
- _____ (2016). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi kasus kasus mahasiswa jurusan administrasi niaga politeknik negeri medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1).
- Kotler & Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- _____ (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 215–222. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1828>
- Lackermair & dkk. (2013). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Market Place Shopee (Vol. 12, Issue 1).
- Latief. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Lee. (2013). Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi) (Vol. 9, Issue 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

- Mustari. (2010). Pengaruh Green Product Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Keds Beauty Masyarakat Muslim Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 45–60. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.331>
- Nasution et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Survei pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu), Nasution. 7.
- Novansa & Ali. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Nurhabibah, S., Savitri, C., Pramudita, S., Program Manajemen, F., Buana, U., & Karawang, P. (2022). *The Effect Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Decisions At Copyright Grafika Store*
- Purba. (2019). Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Revlon di Kota Ambon. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 247–259. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i3.2844>
- Rahmawati, E., & Hendra Saputro, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 215–222. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1828>
- Regina, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Effect of Online Customer Review and Promotion through E-Trust on the Purchase Decision of Bukalapakin Medan City. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 236–243. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210833>
- Samsul Ramli. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up And Skin Care Pada Generasi Millenial Jakarta. In *Maret* (Vol. 7, Issue 2).
- Sanjaya, V. F. , & H. S. J. (2020). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang).
- Schiffman dan Kanuk. (2015). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Skintific Kelapa Gading). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 60, Issue 3).
- Sekaran. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pinkflash Pada Mahasiswa Angkatan 2022 Di Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi,Manajemen Dan Akuntansi*.
- Sibuea. (2013). Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184–194. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>

- Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada pt. Industri karet deli medan. (Vol. 1). Jurnal Ekonomi Bisnis
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of Ubsi College Student)* (Vol. 9, Issue). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/index>
- Siti Nurhabibah, Citra Savitri, Syifa Pramudita Faddila *The Effect Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Decisions At Copyright Grafika Store* under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 11(01). <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Sudaryono. (2017). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i2.1049>
- Sugiyono. (2016). Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Persepsi Wanita Di Desa Lancok-Lancok Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen Terhadap Bahaya Krim Pemutih Wajah. <https://www.ojs.unhaj.ac.id/index.php/fj>
- Susan M. Mudambi. (2011). Pengaruh *Online Customer Review, Celebrity Endorser*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow.
- Tjiptono. (2015). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. (Volume 2, Nomor 2, Februari 2023. ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina
- _____. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Tonce dan Yoseph. (2022). *The Influence of Product Quality, Promotion Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Brand Lipstick in the City of Surakarta. Jurnal Sinar Manajemen*. www.digimind.id
- Widiana, I. W. P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Surakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah*
- Yenni. (2022). Keputusan pembelian pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.