

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *济無No Title No Title No Title*. November, 1–23.
- Afifah, A., & Damayanti, S. (2023). Peran Rating Dan Review Terhadap Minat Beli Ayam Bakar Bu Emi Di Shopee Food. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 2, 1145–1153. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3310>
- Asiyah, Effendi Handi Prasetya, S. K. R. R. (2023). Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, Dan Gratis Ongkos Kirim, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Erigo Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Konsumen Erigo Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1455–1465. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. (2021). Analisis dan Pembahasan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Citra, D. A. N., Terhadap, M., & Skintific, B. (2025). Analisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand skintific. 10(204), 581–600.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 济無No Title No Title No Title*.
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Brand Thanksinsomnia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma Malang Angkatan 2018). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dayanti, H. (2024). *Pengaruh Flash Sale , Customer Review , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2(8), 168–180.
- Feronicha, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Citra Merek commerce Shopee*. 7(2). <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2014). *BAB III SKRIPSI ISMA.pdf*. X, 35–52.
- Ikfa Ni'matul Chusna Ningtias. (2024). *Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote Di Kota Kediri*. 134–143.
- Karlina, B. (2019). Pengaruh Manajaemen Fasilitas terhadap Mutu Layanan Diklat di Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bidang Mesin dan teknik Industri. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Labu, C. P. Y., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Social Media Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Kana Eatery. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 1, 232–242.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai*

- Managemnt*, 6(1), 139–154.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>
- Moh Fali Fayadl, A. W., & Mustapita, A. F. (2023). Pengaruh Gratis Ongkir, Online Costumer Review Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok Shop (Studi Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1030–1043. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1055>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH FLASH SALE, LIVE SHOPPING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2021). *Pengaruh Content Marketing, Brand Image dan E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Pengguna Aplikasi Shopee)*. 13(01), 1477–1486.
- Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432.
<https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>
- Septian, R. A., & Firmialy, S. D. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(4), 1–19.
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). PENGARUH PROMOSI ONLINE , ULASAN PRODUK DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MADUMONGSO BU BINTI DI. 2, 400–409.
- Sugiarto. (2023). *Karakteristik Objek Yang Mempunyai Kuantitas Di Kabupaten Tulang Bawang*. 4(1), 1–23.
- Suprihatin, F., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Pak Ndut Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 1008–1016.

Zahri, N. J., Luthfi, A. M., & Windayati, D. T. (2024). Pengaruh Flash Sale, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Melalui E-Commerce Shopee di Kota Batam. *Ejournal*, 14(2), 60–70. <http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Manajerial>