

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/Kinerja.V5i01.2243>
- Khairunnisa, A. S., Syaella B. N. A. P., Fauziah F. N., Nazhirah H. M., Sofa Myisha A. N., Nayyara N. S., & Rozak R. W. A. (2024). Analisis Pengaruh *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Dan Make Up Di Kalangan Genz. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(3), 19–30. <https://doi.org/10.59581/Jmk-Widyakarya.V2i3.3101>
- Amelia, D., Setiaji, B., & Wahab, A. (N.D.). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- 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. <https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1610028>
- Chandra, T. (2020). *Service Quality Consumer Satisfacation Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur Aprillia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
- 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.
- Edyuana, F. T., Samari, & Kurniawan, R. (2024). *Analisis Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alodie Caffé Kediri*. 3.
- Fadhlillah, A. D., & Hidayati, R. (N.D.). *Analisis Pengaruh Ulasan Pelanggan, Citra Merk, Dan Intensitas Promosi Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Pelanggan E-commerce Shopee Di Padang Panjang)*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage.
- 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), A234–A239. <https://doi.org/10.12962/J23373539.V9i2.56728>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN&KEPUASAN PELANGGAN*.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). 18(1), 33–38.

- Lionarto, L., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal Of Management And Bussines (JOMB)*, 4(1), 527–545. <https://doi.org/10.31539/Jomb.V4i1.3709>
- Lisnawati, Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2021). *Analysis Of Brand Image And Online Consumer Reviews On Consumer Loyalty*. 22(1), 9–15.
- Meviyawati, N. A., Sardanto, R., & Samari. (2024). *Pengaruh E-Wom, Harga, Dan Kualitas Prouk Terhadap Minat Beli The Originote Hyalucer Moisturizer Pada GEN Z DI KAB. NGANJUK*. 3.
- Muhibbin, A. M., & Bhirawa, S. W. S. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek Celebrity Endorser Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett*.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/Dayasaing.V7i2.665>
- Ningtias, I. N. C., Istiasih, H., Damayanti, S., & Timur, J. (N.D.). *Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote Di Kota Kediri*.
- Nurhayati, Y., Fachri, S., & Kahpi, H. S. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Lotte Grosir Serang. *Jurnal Manajemen Jasa Vol.*, 5(2), 79–86.
- Putri, C. A. P., & Widodo, W. (2023). *Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Dan Cashback Promotion Terhadap Minat Beli Produk Pada Fitur Tiktokshop*. 2.
- Putri, S. M., & Rosmita. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9 The Influence Of *Influencer Marketing* On Consumer Buying Interest In Sneakerspku9 Shops. *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 113.
- Rahmawaty, R., & Suharyati. (2024). Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada *E-COMMERCE SHOPEE*. *Journal Of Young Entrepreneurs*, 3(1), 71–90.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(April).
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (N.D.). *Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks*.