

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, H. P., Pujiyanto, A., Az Zukhruf, A., Octaviano, B., Rhamadhan, B. F., Falah, F., Azmia, G. R. N., Istighfah, J. M. N., Wanti, N. R., & Agustina, R. D. (2023). Strategi pemasaran mengenai promosi dan packaging pada UMKM. *Community Empowerment Journal*, 1(4), 178–184. <https://doi.org/10.61251/cej.v1i4.32>
- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas *Influencer* dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan *Influencer* Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram (the Role of Social Media *Influencer* s in Communicating Messages Using Instagram). *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203–229. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Aprianto, L., & Ekowati, S. (2024). Pengaruh desain kemasan, kualitas pelayanan, dan variasi produk terhadap minat beli konsumen “minumin” kota bengkulu. *Jurnal Enterpreneur Dan Manajemen Sains*, 5(2), 689–702.
- Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai *E-commerce* Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 73–79. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/299>
- Asmara, A., & Elfiandri. (2022). Pengaruh *Influencer* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(6), 342–360.
- Aulia, Q., & Riva'i, A. R. (2024). Pengaruh Price Discount, *Online* Customer Rating, Dan *Online* Customer Riview Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-commerce* Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 364–376. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Creswell, J. (2023). Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *SAGE Publications, Inc.: Vol. Sixth Edit* (Issue 1).
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2020). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Managemen*, 3(2), 99. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
- Darwin, Muhammad, at all. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.
- Empathanussa, D., & Hardingrum, ling sri. (2023). Pengaruh Penggunaan *E-commerce* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-commerce*, 2(1), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2023). Digital Transformation, *Marketing*, Business Size, Financial Literation on Smes' Competitive Advantage. *Trikonomika*, 22(2), 100–107. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v22i2.4357>
- Ernestivita, G., Subagyo, & Laras, T. (2024). Implementation of Chatbot and Auto

- Promote in Improving Customer Experience on *E-commerce* Sites. *International Journal of Research and Review*, 11(1), 359–364. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20240140>
- Harjanti, S., Ogilvie, F., Andreani, F., Harjanti, S., El., R. at, Ruhamak, M. D., Rahayu, B., Samuel, H., & Setiawan, K. Y. (2022). Pengaruh Social Media *Marketing* pada Facebook terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 188–204.
- Hasibuan, A. P. K. (2022). *Pengaruh Desain Produk dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli pada Aplikasi Lazada*.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (Ed 1 Cetak). PT Raja Grafindo Persada.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif, Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (H. Warnaningtyas (ed.); Cetakan 1, Vol. 14, Issue 5). Penerbit Lakeisha.
- Isalman, Ilyas, Istianandar, F. R., & Sahdarullah. (2023). Peran Kredibilitas *Influencer* Lokal Di Instagram Terhadap Persepsi Kualitas Dan Minat Beli Konsumen Milenial. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 9(1), 91–106. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v9i1.6205>
- Janet. (2023). *6 Tips for Responding to Positive Reviews With Reply Examples*. Broadly. 6 Tips for Responding to Positive Reviews With Reply Examples
- Jesslyn, Alzah, S. F., Serpian, & Novianti, A. H. (2023). Pengaruh Ulasan Pelanggan *Online* Dan Iklan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tik Tok Di DKI Jakarta. *Journal of Business Administration (JBA)*, 3(2), 74–85.
- Kairupan, D. J. I., & Raharusun, N. A. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Produk Korean Skincare Pada Kalangan Mahasiswa Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 93–105. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.693>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Kusnadi, Y., & Islamuddin, I. (2024). Pengaruh Rating, Ulasan dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(2), 585–602. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i2.6434>
- Layli, A. N., Maidita, C., & Asilmi, C. B. (2022). Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Beauty and Cosmetology (JBC)*, 4(1), 6–13.
- Liu, H. (2021). Perceived Value Dimension, Product Involvement and Purchase Intention for Intangible Cultural Heritage Souvenir. *American Journal of Industrial and Business Management*, 11(01), 76–91. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2021.111006>

- Magfiroh, I. K., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Citra Merek, Persepsi Konsumen, Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Whitelab (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 5(September 2023), 1–14.
- Mailani, A., Syarif, A. M., Azizah, A., Delima, P. S., Putri, T., & Riofita, H. (2023). Analisis Pengaruh Packaging Produk terhadap Niat Beli Konsumen di Industri Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 10–15.
- Malay, M. N. (2022). Belajar Mudah & Praktis (Analisis Data Statistik dan JAPS). In *CV. Madani Jaya*. CV. Madani Jaya Bandar Lampung.
- Maturbongs, T., Tanihatu, M. M., & Saleky, S. R. (2024). T. Maturbongs, M. M. Tanihatu, and S. R. J. Saleky, “Desain Kemasan dan Label Produk Enbal pada UMKM Nen Te Idar Desa Ngilngof, Maluku Tenggara,” *Jurnal Administrasi Terapan*, vol. 3, no. 1, pp. 168–178, 2024. 3(1), 168–178.
- Muliati, S. S., & Qadri, R. A. (2023). The Influence of Social Media *Influencer* s, Product Packaging and Consumer Knowledge On Purchase Intention of Batam City Souvenirs With Perveiced Value as An Intervening Variable Pengaruh Social Media *Influencer* , Product Packaging dan Consumer Knowledge Te. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5139–5147. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nikmatulloh, A. A., & Wijayanto, A. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Minat Beli *Online* Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Administrasi Bisnis*, 10(10), 839.
- Nugraha, J. P. (2021). Teori Perilaku Konsumen. In *Ekonomi* (Cetakan ke). PT. Nasya Expanding Management.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.); Cetakan 1). PT. Nasya Expanding Management.
- Nurfauziah, S., & Herawati, S. (2024). Pengaruh *Online* Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli *Online* Pada Marketplace Tokopedia Di Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 6(3), 41–49.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 3). Widya Gama Press.
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh *Influencer* Marketing Dan *Online* Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Shopee. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 26–42. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.282>
- Perkasa, A. H. M. (2022). *ZAP Beauty Index 2023 Ungkap Preferensi Kecantikan Perempuan Indonesia*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/zap-beauty-index-2023-ungkap-preferensi-kecantikan-perempuan-indonesia/>
- Purnomo, H., & Novita, Y. (2024). The Impact of Branding, Advertising, and Social Media *Marketing* on Consumer Purchase Intention, Brand Loyalty, and Brand Equity in the Indonesian Market. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6, 1356–1370. <https://doi.org/doi.org/10.31539/jomb.v6i3.9653>

- Purnomo, H., Samari, & Soejoko, D. K. H. (2022). Brand Perception Pada Purchase Decision Melintasi Purchase Interest Produk RTD Teh Merek Pucuk Harum Di Masyarakat Kota Kediri. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.15495>
- Purnomo, H., Subagyo, & Faisol. (2024). *Marketing* Efforts Through Social Media on Brand Equity and Consumer Behavior. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, 2(10), 3092–3102.
- Purnomo, R. A. (2020). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In P. C. Ambarwati (Ed.), *Cv. Wade Group*. CV. Wade Group.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, L. (2022). Pengaruh Content *Marketing* Pada Brand Skincare Somethinc. *AGORA : Jurnal Mhasiswa Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Putri, S. M., & Rosmita. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspk9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97.
- Rachman, A., Yochanan, Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Pe). CV Saba Jaya Publisher.
- Rasyid, A., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, Customer Rating Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Ridha, A., Kati, S., Hasan, H., & Anastasya, L. (2023). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli Produk Viral pada *E-commerce* Shopee di Kota Makassar. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(3), 245–255. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i3.394><https://economics.pubmedia.id/index.php/jebmi>
- Rohmad, & Sarah, S. (2021). *Pengembangan Instrumen Angket* (A. Murtadho (ed.); Cetakan 1). Penerbit K-Media.
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2021). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Şenyapar, H. N. D. (2024). A Comprehensive Analysis of *Influencer* Types in Digital Marketing . *International Journal of Management and Administration*, 8(15), 75–100. <https://doi.org/10.29064/ijma.1417291>
- Septiyadi, A. L., Made, I., & Dirgantara, B. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). Pengaruh *Influencer* terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram. *Prologia*, 5(1), 198. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10121>
- Steven, & Rakhman, A. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan pembelian Pengguna *Online*

- Marketplace Tokopedia. *LGobal Research on Economy, Business, Communication and Information Pengaruh*, 1(1), 14–23.
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 1–83. <https://doi.org/10.35797/jab.13.2.111-115>
- Susilawati, Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 322–332.
- Suwastoyo, B. (2024). *Potensi Ekonomi Digital dan E-commerce di Indonesia*. Center for Indonesian Policy Studies. <https://www.cips-indonesia.org/post/potensi-ekonomi-digital-dan-e-commerce-di-indonesia?lang=id>
- Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Sulthanika Al Saudi (ed.)). Bobby Digital Center.
- Wardah, F., & Albari. (2023). Analisis Pengaruh *Influencer* terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(3), 188–205. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/30137>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (Cetakan 1). CV Science Techno Direct.