

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Hawa, E. F. (2024). Pengaruh E-Wom, Citra Merek, E-Commerce, Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 19–38. <https://doi.org/10.24002/jik.v21i1.6406>
- 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(2), 496–507. <http://ijmmu.com/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Agustina, S. A., Transistari, R., Tinggi, S., & Manajemen, I. (2022). *The Effect Of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, And Influencers On Purchase Decisions. 01.*
- Aji, M., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang) Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap M. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9373–9392. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Akbar, S. S., & Darmaputra, M. F. (2022). Pengaruh Periklanan, Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal Ekombis Review*, 10, 177–184.
- Alfarol, B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam*, 10(1), 75–90.
- Anasrulloh, M., W.H., M. A., & Haliza, H. N. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Market Place Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 13–18. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v12i1.1728>
- Andi Gunawan Chakti. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Sobirin (Ed.)). Celebes Media Perkasa. <https://books.google.co.id/books?id=Oqzbdwaaqbaj&lpg=Pp1&ots=We37jb6wkm&dq=Definisi Digital Marketing Menurut Para Ahli&lr&hl=id&pg=Pa10#v=onepage&q&f=false>
- Angella, T., & Rahmadi, M. (2020). Analisis Review Beauty Vlogger , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Analysis Of Beauty Vlogger Reviews , Product Quality , And Price On Buying Interest. *Jurnal Manajemen*

Dan Perbankan, 7(Juni), 18–32.

- Anisa Ade Novalinda Dan Nurhayati. (2024). Pengaruh Review Beauty Vlogger Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 44–57. <https://doi.org/10.56910/Gemilang.V4i3.1530>
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Komunitas Pelajar Dan Mahasiswa Kabupaten Berau (Kpmkb) Di Samarinda. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/Je3s.V5i1.1806>
- Astuti, A. (2020). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 2020, 1–23. [http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab 2.Pdf](http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab%202.Pdf)
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop. *Nber Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/W16019>
- Cahyani, A., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Studi Manajemen & Riset Terapan*, 1(1), 20–26.
- Etty Zuliawati Zed, Y. R. R. Dan T. M. K. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Mirai Management*, 1(1), 14–23.
- Fauziah, N. W. E. S. G. F. (2024). *Issn : 3025-9495* 1,3. 12(3).
- Feronika Kumayas, Anderson G. Kumenaung, H. F. D. S. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Minahasa. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 24(4), 72–89.
- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.
- Fitriah, F., Yuliani, I., & Parlina, T. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur. *Borneo Islamic Finance And Economics Journal*, 3(1), 68–76. <https://doi.org/10.21093/Bifej.V3i1.6964>
- Geo Vanny Maruli Tua, Andri, Dan I. M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/Jukim.V1i04.266>

- Ghozali, A. (2021). Return On Asset, Intensitas Modal, Tax Avoidance: Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 1–13.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R: A Workbook*. Springer Nature.
- Haslinda, H., & Hasni, H. (2022). Analisis Pengaruh Beauty Vlog Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Gadis Remaja Dan Wanita Dewasa Muslim Di Kota Watampone). *An-Nisa*, 15(2), 49–70. <https://doi.org/10.30863/An.V15i2.3647>
- Indrasari. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi*. 4(1), 1–23.
- Irawan, F. D., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh Content Marketing, Kolaborasi Brand Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet Di Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 155–164.
- Jefri Putri Nugraha. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (Ahmad Jibril (Ed.)). Pt. Nasya Expanding Management. https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.Pdf
- Kanya, N., & Adilla, F. (2022). The Influence Of Beauty Vloggers And Product Quality On Purchase Decision. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 197–208. <https://doi.org/10.36555/Almana.V6i1.1839>
- Kotler Et Al. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Mahir Pradana (Ed.)). Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbitereka.com/media/publications/567181-Perilaku-Konsumen-Di-Era-Digital-910adb90.Pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Ekonomika.V6i1.2480>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i3.3543>
- Masdarwati, P. (2022). *Pengaruh Rating, Online Customer Review, Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Demak*. 2(04), 275–276.
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur,

- J. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pa. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Meithiana Indrasari. (N.D.). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Dan_Kepuasan_Pelanggan/Pyfcdwaaqbaj?hl=id&gbpv=1
- Murtiyanto, A. D. K. C. I. R. K. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 94–99. [Http://Jurnal.Polinema.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/3940](http://Jurnal.Polinema.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/3940)
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Bisecer (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.61689/Bisecer.V5i2.343>
- Nurvia, O., & Sarasati, B. (2021). The Influence Of Beauty Vloggers On Purchasing Decisions Involving Skin Care Products. *Kne Social Sciences*, 2020, 65–79. <https://doi.org/10.18502/Kss.V4i15.8191>
- Oktaviani, D., & Haliza, N. (2023). Pengaruh Review Produk Dan Content Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(4), 769–781. <https://doi.org/10.52851/Cakrawala.V6i4.416>
- Priangga, I., & Munawar, F. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399–413. <https://doi.org/10.33197/Jbme.Vol19.Iss2.2021.815>
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/Magisma.V11i1.283>
- Putra, C. I. R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk. *Ekobis (Ekonomi Bisnis)*, 1–23. [Http://Repository.Unpkediri.Ac.Id/Id/Eprint/5483](http://Repository.Unpkediri.Ac.Id/Id/Eprint/5483)
- Putra, E. (2021). Pengaruh Beauty Vlogger Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1253–1263. <https://doi.org/10.29040/Jie.V5i2.3033>

- Putri Adilla, & Christiawan Hendratmoko. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 2, 455–466. <https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol2.2023.152>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.510>
- Putri, S. A. (2022). Tinjauan Penerapan Digital Advertising Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Divisi Regional Iii Jawa Barat. *Repository Widyatama*, 11–32.
- R, T. M. A. (2023). *The Influence Of Product Reviews , Trust , And Marketing Content On Tiktok On Jiniso ' S Product Purchase Decisions*. 2(4), 899–918.
- Rahmadani, D., & Eka Febriansah, R. (2024). Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Jurnal Arsip Umsida*, 1–13.
- Rahmadani, V. A., & Cempena, I. B. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(1), 75–85. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2254>
- Rendy, H. & W. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Denpasar*. 147–154. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2771/>
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Korean Wave, Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Konsumen. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19.
- Rivita Nadiatul Islamiyah, & Nur Ajizah. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger Review, Self Congruity Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Pengguna Scralett Whithening Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 156–167. <https://doi.org/10.61132/Manuhara.V1i4.200>
- Rudy Irwansyah. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rulyagustin, A. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Generasi Z Di Solo Raya*. *Jmei*, 1–147.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan

- Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1), 65–76.
<https://doi.org/10.52353/Ama.V15i1.243>
- Shelemo, A. A. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 326–341.
- Simanjutak, N. ., Rohaeni, H., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh Affiliate, Content Marketing Dan E-Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada perempuan Gen Z Di Bekasi Selatan. *Indonesian Journal Of Economics And Strategic Management (Ijesm)*, 2(1), 939–953.
- Sugiyono. (2019a). Analisis Layanan Pick Up Service O-Ranger Dalam Peningkatan Pendapatan Surat Dan Paket Logistik Pada Kantor Pos Pemeriksa Purworejo. *Jurnal Akuntansi*, 17(01), 30–41.
<https://doi.org/10.58457/Akuntansi.V17i01.3068>
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019c). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Shopeefood. *Skripsi*, 34–46.
<http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Susanto, A. B., Cholifah, U., & Imania, C. (2022). *Pengaruh Label Halal, Harga Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Pada Masyarakat Eks Karesidenan Besuki)*. 4(2), 52–65.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Ulhaq, V. D., Suhardi, D., & Gunawan, W. Hadi. (2024). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Facial Wash Wardah. *Indonesian Journal Of Strategic Management* <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ljism>, 7(2), 100–111.
- Ulpa Rizkiyah Dalimunthe, E. K. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Survei Pada Toko Bening Kosmetik Pekanbaru) The Influence Of Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At Shopee (Survey At Bening Cosmetic Shop Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis & Ilmu Sosial*, 2(113).
- Valentina, A., Rizal, M., & Hardiningtyas, R. T. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan

Pembelian Pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.

Yasa, I. W. P. A. Dan N. N. K. Y. (2024). *Social Media Marketing, Brand Image, Dan Purchase Intention*. Pt Media Pustaka Indo. https://books.google.co.id/books?id=X4sgeqaaqbaj&newbks=0&printsec=frontcover&pg=pa37&dq=content+marketing+sugiono&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Yenni Arfah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?id=Ntxleaaaqbaj&newbks=0&printsec=frontcover&pg=pp3&dq=yenni+arfah,+se.,+2022&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Yulia Puspita, O., Widyastuti, S., Miranda, A., & Manajemen, M. (2023). Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Bisnis Dan Akuntansi*, 2(6), 983–998. <http://bajangjournal.com/index.php/Jemba>