

## Daftar Pustaka

- Amelia, R. D., Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(02), 274-280.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Pradina Pustaka. [http://repository.itspku.ac.id/306/1/Naskah-Metodologi Penelitian Kuantitatif-Sudah Isbn.pdf](http://repository.itspku.ac.id/306/1/Naskah-Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif-Sudah%20Isbn.pdf)
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14-25.
- Databoks (2022). Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?, diakses pada 2 Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>
- Databoks (2022). Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce, diakses pada 2 Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>
- Digdowiseiso, K. (2017). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Suharyono (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. [http://repository.unas.ac.id/651/1/Buku Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis.pdf](http://repository.unas.ac.id/651/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Ekonomi%20dan%20Bisnis.pdf)
- Hasanah, A., & Kosasih, K. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Promosi Menggunakan Aplikasi Titok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 103-114.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170-4178.
- Jayanti, S. E., & Siahaan, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik PIXY Mahasiswi STIE Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 37-42.
- Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(1).

- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan Televisi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Bali. *Jurnal*
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505.
- Sangkardi, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 1306-1319.
- Sulihandini, A., & Askafi, E. (2022). The Effect of Ambassador's Brand, and Brand Image on Purchase Decision Process in E-Commerce Tokopedia. *Endless: International Journal Of Future Studies*, 5(2), 55-64.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140-149.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49-74.
- Ulhaq, A. D., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Online Consumer Review dan Keanekaragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva pada Generasi Milenial (Studi pada Konsumen Toko Kosmetik Puspa Indah Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 661-669.
- Widyana, S. F., & Putri, N. K. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Pro Mark*, 12(2).
- Yi, C. (2022, April). Research on the Influence of Online Reviews on College Students' Consumption Decisions. In *2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2022)* (pp. 1967-1973). Atlantis Press.