

## DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding 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 C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Aini Tabar, F., & Farisi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 2(1), 1–19.
- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 151–164. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p151-164>
- Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop “Lu’miere.” *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162>
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Shopee. *Manajemen*, 11(02), 86–96.
- Anneke Dwi Saputri, & Estika P Sani. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk

- Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 7–28.  
<https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.146>
- Appriilia, R. D., & Dwijayanti, R. (2021). Kecintaan Merek Lokal, Fashion Lifestyle, dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 11(1), 14.  
<https://doi.org/10.24036/011120470>
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369.  
<https://doi.org/10.15294/maj.v9i4.40796>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.  
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Elisabet Juli. (2022). Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jubis*, 3(1), 1–13.
- Fahrozi, R., Rahmawati, D., Muldani, V., & Saddam, M. (2022). The influence of online customer review on trust and its implications for purchasing decisions on the Tokopedia marketplace. *Jurnal Ad'ministrare*, 9(1), 217.  
<https://doi.org/10.26858/ja.v9i1.36509>
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99.  
<https://doi.org/10.31315/be.v18i1.5630>
- Harlofida, D., Veronica, S., & Istanto, Y. (2020). *Effect of Product Quality, Brand*

*Image, Price, and E-Service Quality on Decisions on Purchase of Aesthetic Cosmetic Products Online in Yogyakarta and South Sumatera City. Icbeem 2019, 65–72. <https://doi.org/10.5220/0009962500650072>*

Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). *Pengaruh Citra Toko , Varian Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran Pancious Soma Palembang. 10(1), 285–295.*

Khansfootwear, P. B. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian This study aims to determine the description of Product Variations and Instagram Ads on Purchase Decisions on Khansfootwear Products . This study uses quantitative research method. 4(1), 2–13.*

Khoiriah, I. L. N., Mursito, B., & Marwati, F. S. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek dan Brand Ambassador Terhadap Sunscreen Azarine di Surakarta. Jurnal Administrasi Dan Manajemen, 13(2), 177–183. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3089>*

Khulwani, A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). *Pengaruh Influencer Janes Christina dan Kualitas Produk Kosmetik Somethinc terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(1), 815–833. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.5028>*

Kinanti, S., & SAPUTRA, A. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Batam. ECo-Buss, 5(3), 880–893. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.635>*

Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). *Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. Productivity, 3(2), 157–161.*

- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Lestiyani, D. N., & Purwanto, S. (2023). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 886–898.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5513>
- M, N. S., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>
- Malay, N. M. (2022). Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Internet Pada Kalangan Mahasiswa Kelas a, B, C, Dan D Angkatan 2021 Prodi Pend. Bahasa Dan Sastra Indonesia, Universitas Nusa Cendana. *Jurnal Lazuardi*, 5(1), 70–88.  
<https://doi.org/10.53441/jl.vol5.iss1.72>
- Manullang, W. C., & Gultom, D. K. (2024). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal ...)*, 7(1), 750–765.  
<https://jurnal.stiealwashliyahsibolga.ac.id/index.php/jesya/article/view/1362>
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, 1(4), 768–783.  
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Mewoh, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Gunawan, E. M. (2023). *I. A. Mewoh ., S. L. H. V. J. Lopian ., E. M. Gunawan THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ,*

*PRODUCT VARIETY , AND PRICING STRATEGY ON PURCHASE DECISION OF EYELASH EXTENSION AT LASHTHETIQUE MANADO ( STUDY ON LASHTHETIQUE CUSTOMERS ) PENGARUH BRAND IMAGE . 11(3), 359–370.*

- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nafsyiah, H., Ula Ananta Fauzi, R., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5 (SIMBA)*, September.
- Novi agustina dan Ita Purnama. (2021). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Era Pandemi Covid-19 Di Kota Bima. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 / p-ISSN 2809-0543*, 2(9), 457–469.  
<https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp457-469>
- Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). ... Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Celebrity

- Endorsement. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan ...)*, 7(1).  
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1348>
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Nurhabibah, S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). The Effect of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Decisions at Copyright Grafika Store. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 221–228.  
<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pratiwi, E. D., & Herwin. (2020). Pengaruh Variasi Produk dan Celebrity Endorsment Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Produk Safi. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 3825–3834.
- Puspita, D. F., Harini, C., & Jalantina, D. K. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–10. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1939>
- Ramlawati, & Murniati, S. (2023). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Management Research and Studies*, 1(1), 86–

94. <https://doi.org/10.61665/jmrs.v1i1.29>

Regina Dwi Amelia, M. dan M. R. M. (2021). 80-Article Text-832-1-10-20210223. *Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Kecantikan*, 2(2), 1–7.

Rohmah, Z. (n.d.). *Jmsab* 37. 7(1), 37–48.

Setyawan, S., S, S. N., & Prativi, A. (2021). *The Effect of Promo Price and Product Variation on Purchasing Decision at Grabfood, OVO Payment as an Intervening Variables. 2021*. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1026>

Susanti, T., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1157–1167. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.964>

Sutrisna, E., & Safitri, S. (2024). *Pengaruh Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Distributor Ms Glow ( PT . Kosmetika Cantik Indonesia Cabang Panam Kota Pekanbaru )*. 6(3), 1568–1576.

Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1583–1590. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1583-1590>

Yohanna, Y., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Gucci. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 569. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11903>