

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fatikh, B., & Widodo, A. (2019). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Dan Keterlibatan Brand Knowledge Sebagai Mediator (studi Pada Konsumen “coffee Beer” Di Bandung). *eProceedings of Management*, 6(3).
- Alexandra, F. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION: BRAND LOYALTY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*.
- Amelia, D. R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan . *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.
- Ardelia dan Supriono. (2017). Pengaruh Brand Creadibility dan Brand Prestige terhadap Presepsi Kualitas dan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50 No. 3: 9-18.
- Asshidin, N, H., Abidin, N., dan Borhan, H, N,. (2015). Perceived quality and emotional value that influence consumer’s purchase intention towards American and local products. *Procedia Economics and Finance*, 35, 639 – 643. Retrieved from Elsavaier Journal Database.
- Ayu, L. D. (2021). *Serba-serbi Lip Balm, Bermanfaat Atasi Bibir Kering dan Pecah-pecah*. hellosehat. Dari <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/perawatan-kulit/manfaat-lip-balm/>
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention : The Mediating Role of Corporate Image, *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 126-137
- Chrisprastika. (2016, August 10). Retrieved from Cosmetic Purchasing Trends: <https://blog.jakpat.net/cosmetic-purchasing-trends-survey-report/>
- Damayanti, R. S. (2019). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING, ESERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP MINAT BELI. *Universitas Muhammadiyah Magelang*.

- Diantidini, N. (2018). Pengaruh Online Review Terhadap Minat Beli Mahasiswi Universitas Bakrie pada Produk Kosmetik Rollover Reaction (Studi Pada Femaledaily.com). Skripsi pada Universitas Bakrie, Jakarta.
- Farki, A. (2016). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPERCAYAAN DAN MINAT PEMBELIAN PADA ONLINE MARKETPLACE DI INDONESIA. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Female Daily Website. (2021, July 11). *Review Lip Balm Maybelline*. Diperoleh tanggal 11 July 2021 dari <https://femaledaily.com/>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmawat, F. (2017). Metodologi Penelitian. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Refika Aditama.
- Kamila, K. T. (2019). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016:30). Marketing Management, 15th Global Ed. Pearson, Education, Inc
- Kementerian Perindustrian. (2020, January 27). Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. Diperoleh tanggal 14 february 2020 dari [https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-HidupDorong - Industri-Kosmetik](https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-HidupDorong-Industri-Kosmetik)
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15 th Edition : Pearson Education, Inc.
- Lavenia. J. Sondakh, David P. E. and Saerang, F. S. R. (2016). The Impact of Online Costumer Review and Celebrity Endorsement on Purchase Intention. 16(04), 296–306.

- Lee, E.-J. & Shin, S. Y. (2014). When do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Logo Maybelline. (2021). Download Logo Maybelline. Dipetik Desember 20 tahun 2021, dari : <https://www.maybelline.co.id/>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : CV Alfabeta
- Marketeers. (2015). *CONSUMER GOODS Perjalanan 100 Tahun, Maybelline Bertekad Terus Inovatif*. <https://www.marketeers.com/perjalanan-100-tahun-maybelline-bertekad-terus-inovatif/>.
- Maybelline. (2021). *Lip Balm*. Retrieved from <https://www.maybelline.co.id/lips/lip-balm>
- Novianty, R. (2020). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS TERHADAP PURCHASE INTENTION (SURVEI PADA PENGUNJUNG WEBSITE BLIBLI DI INDONESIA). *UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA*.
- Novriaty, Nelly. (2017). *The Analysis of Brand Equity Towards Purchase Intention (Case Study of Wardah Brand in Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Penitasari, N. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Abon Lele Bang Zay (Studi pada Konsumen Abon Lele Bang Zay di Kota Malang)*. Thesis. University of Muhammadiyah Malang.
- Prawira, Y. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : CV Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Profil Maybelline. (2021). *Profil Maybelline*. Dipetik Desember 28, 2016, dari Maybelline Fanpage : (www.loreal.co.id, 12/01/2017).

- Raffaele, F., Hofacker, C. F., & Alguezaui, S. (2017). What makes information in online consumer review diagnostic over time, *Computers in Human Behaviour*, 80, 122-131.
- Rahmawati, A. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Customer Loyalty Pada Operator Seluler Di Bandung. *Jurnal Universitas Telkom, Bandung*
- Ramadhani, F. (2021). *Top Brand Lokal Lip Care Terlaris di Shopee dan Tokopedia Periode 1-15 September 2021*. Retrieved from <https://compas.co.id/article/lip-care-terlaris/>
- Ridwan, O. (2019, Mei 19). Perilaku Belanja Online oleh Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2018 FIA UI). *Online Shopping Behavior by Students*.
- Rizky, M. F. dan H. Yasin. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14(2):135-143
- Sari, I. A. (2020). PENGARUH BRAND EQUITY DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SUNSCREEN WARDAH. *Universitas Telkom*.
- Schepers, M. (2015). The Impact of Online Consumer Review Factors on the Dutch Consumer Buying Decision, IBA Bachelor Thesis Conference.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie Lazar. (2018). Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba.
- Shopee. (2021). Lip Balm Make Over. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari <https://mall.shopee.co.id/MAKE-OVER-Lipbalm-Lip-Nutrition-3-8-g-Lip-Balm-i.63984475.1058801233?position=5>
- Shopee. (2021). Lip Balm Maybelline. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari [https://mall.shopee.co.id/Maybelline-Lip-Balm-Cherry-\(117954\)-i.16735262.147439144?position=6](https://mall.shopee.co.id/Maybelline-Lip-Balm-Cherry-(117954)-i.16735262.147439144?position=6)

- Shopee. (2021). Lip Balm Nivea. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari <https://mall.shopee.co.id/NIVEA-Lip-Balm-Original-Essential-Care-4.8-gr-i.39283823.1465620059?position=5>
- Shopee. (2021). Lip Balm Wardah. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari <https://mall.shopee.co.id/Wardah-Everyday-Fruity-Sheer-Lip-Balm-Strawberry-4g-i.30736001.7536302098?position=1>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Soco Review. (2021, July 11). *Review Lip Balm Maybelline*. Diperoleh tanggal 11 July 2021 dari <https://review.soco.id/>
- Somohardjo, N. (2017). The Effect of Online Reviews on The Review Attitude and Purchase Intention. (May), 67.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)

- Susmikawati, Yunis Nadhifah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Country of Origin terhadap Perceived Quality dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB). Vol. 49 No. 2: 88-95.
- Sutanto, M. A. & Aprianingsih, A. (2016). *The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention*, ICEBESS Proceeding, 218-230.
- Syah, M. A. (2021). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK. *Diponegoro Journal of Management*.
- Syakira, S. N., & Karina Moeliono, N. N. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2* .
- Tashia. (2017, June 9). Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen. *KEMENTRIAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI DAN INFORMATIKA RI* .
- Tempo.co. (2020, September 17). Retrieved from Survei Markplus: Shopee Paling Diingat Konsumen E-Commerce:
<https://bisnis.tempo.co/read/1387374/survei-markplus-shopee-paling-diingat-konsumen-e-commerce/full&view=ok>
- Tokopedia. (2021). Lip Balm Make Over. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari
<https://www.tokopedia.com/officialmakeover/make-over-lip-balm-lip-nutrition-melon-crazy?whid=0>
- Tokopedia. (2021). Lip Balm Maybelline. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari
<https://www.tokopedia.com/sparklingbeauty/maybelline-baby-lips-love-color-lip-balm-barang-ori-tinted-orange?whid=0>
- Tokopedia. (2021). Lip Balm Nivea. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari
<https://www.tokopedia.com/niveaofficial/nivea-lip-care-fruity-shine-beauty-stick-strawberry-4-8gr?src=topads>
- Tokopedia. (2021). Lip Balm Wardah. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari
<https://www.tokopedia.com/wardah-official/wardah-everyday-fruity-sheer-lip-balm-4-g-strawberry?refined=true&whid=0>
- Wang, S., Cunningham, N. R., & Eastin, M. S. (2015). The Impact of eWOM Message Characteristics on Perceived Effectiveness of Online Consumer Review, *Journal of Interactive Advertising*, 15(2), 151-159.

- Wasil, M. (2017). Pengaruh Brand Loyalty dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Forum Ekonomi*.
- Widianingsih, A., & Astuti, H. J. (2021). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger, Country Of Origin Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Mascara Maybelline (Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 1(1), 23-34.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- ZAP Clinic. (2018). ZAP Beauty Index. Diperoleh tanggal 13 July 2021 dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>