

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar & Alam. (2020). BAB II TINJAUAN PUSTAKA. *Repository STEI* .
- Amalia & Sagita. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu- Ilmu Sosial*, 20.
- Amalia, A. C. , & S. G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20.
- Amini, P. , F. B. , & S. R. (2014). *Quantitative analysis of the consumer perceived value deviation* (Vol. 21). Procedia CIRP.
- Anas, A. A. , & S. T. (2020). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian di eiger store royal plaza surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.
- Anggraini, N. E. , R. N. , & R. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan Tahun 2016-2019 Pengguna Smartphone Samsung. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(15).
- Audria, N. and B. R. L. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Lazada. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 35–47.
- Banjarnahor, R. , S. R. , & S. S. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18.
- Barrigusti, N. (2020). *Pengaruh Perceived Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Bertha, F. (2023, October 4). *Persaingan di Bisnis Skincare Kian Ketat, Tetap Tenang Jalani dengan Cara Ini*. Momsmoney.
<https://momsmoney.kontan.co.id/news/persaingan-di-bisnis-skincare-kian-ketat-tetap-tenang-jalani-dengan-cara-ini>
- Candani, A. M. K. M. , & R. Y. (2023). Factors That Influence Brand Loyalty In Skintific Consumers. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 14(2), 249–263.
- Compas. (2022). *5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-commerce Indonesia*. Compas. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>

- databoks.katadata. (2021, June 4). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks.Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Depart, G. S. , & G. N. (2022). The Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision at Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15.
- Dinata, M. S. , & K. I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Durianto, D. , S. S. T. (2017). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas merek dan perilaku merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Elwada et al 2016 dalam Sari et al. (2021). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SHOPEE. *Jurnal Eproc*.
- Galuh Putri Riyanto, R. K. N. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Riyanto & Nistanto.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glints. (2023). *Skintific*. Glints. <https://glints.com/id/companies/skintific-cosmetics-ltd/6b8f3aae-674b-4553-8629-143cdae56c38>
- Guo, J. , W. X. , & W. Y. (2020). Positive emotion bias: Role of emotional content from online customer reviews in purchase decisions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(4).
- Hidayati, N. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6.
- Ho-dac, N. N. , C. S. J. , & M. W. L. 2013; Arief. Mustikowati. Y. (2023). The effects of positive and negative online customer reviews: Do brand matter. *LBS Journal of Management & Research*.
- Husani et al., 2017 dalam Ernawati et al., (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4.

- IDX Channel. (2023, February 28). *Siapa Pemilik Skintific? Brand Skincare yang sedang Viral*. IDX Channel . <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-skintific-brand-skincare-yang-sedang-viral>
- Indika, D. R. , & R. S. D. (2020). Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Impulse Buying Generasi Milenial Pada Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 64–72.
- Indriana dalam afandi, samudra, et all. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5.
- Instagram. (2023). *Instagram*.
- Iska, Syukri. 2010;Mubarok, M. (2022). E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. *JIP (JURNAL INOVASI PENELITIAN)*, 2.
- Kalangi, N. J. , T. L. F. , & W. O. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8, 44–54.
- Kataria & Saini, 2020; Aprillia & Vidyanata. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19.
- Kavaliauskiene, Z. , & M. H. (2017). Impact of influencers on a consumer decision to purchase. *Professional Studies: Theory and Practice*, 6(21), 40–47.
- Khofifah, S. , & S. A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Selebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15, 1–13.
- Kim et al. 2018 dalam Purwanto & Sahetapu. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC. *AGORA*, 10.
- Kim, S. C. J. P. F. (2018). The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, brand image, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9.
- Konuk, F. 2018 dalam A. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19.
- Konuk, F. A. (2021). The moderating impact of taste award on the interplay between perceived quality taste, perceived quality and brand trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63.
- Kotler & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition* . Pearson Education Limited.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management (16th edition)*. Pearson.

- Kumparan. (2023, February 6). *Bukan Brand Lokal, Skintific Produk Mana?* Kumparan. <https://kumparan.com/hello-ladies/bukan-brand-lokal-skintific-produk-mana-1z1Mho9wlju/2>
- Lie, et al. . (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Keripik Pedas Maicih. *Jurnal Cakrawala*.
- Lou, C. & Y. S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
- Mangkunegara. (2017). *Perilaku konsumen dan Keputusan pembelian (Amirullah (ed.))*. Tim MNC Publishing.
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1–8.
- Mitra, S. , & J. M. (2020). OBIM: A computational model to estimate brand image from online consumer review. *Journal of Business Research*, 114, 213–226.
- Mohamad, R. & R. E. (2022). STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2, 15–25.
- Mutia, A. (2022, December 5). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Nadya, N. (2022, September 4). *Potensi Indonesia Lahirkan Banyak Brand Kecantikan Skala Global*. Fimela. <https://www.fimela.com/beauty/read/5060144/potensi-indonesia-lahirkan-banyak-brand-kecantikan-skala-global>
- Nainggolan, R. , & P. E. (2020). The Cluster Analysis of Online Shop Product Reviews Using K-Means Clustering. *Data Science: Journal of Computing And Applied Informatics*, 4(2), 111–121.
- Nuriswan, A. D. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus: Konsumen Wanita Produk Wardah Kota Bandung). *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 9–17.
- Onsardi, O. , E. S. , Y. A. T. , & M. M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10–19.
- Pangestoe, J. , & P. L. (2022). Analisa Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser, Attitude, Trust, dan Brand Awareness terhadap Purchase Intention Pada Fashion

- Sportwear di Kota Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5, 137–155.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd, Ed.). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Rivaldo, Y. , W. E. A. , H. R. , A. D. , & A. A. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*, 1(2), 149–157.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*.
- Saleh & Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH MEDIA.
- Saodin et al. (2022). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PERCEIVED QUALITY DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE. *Kalianda Halok Gagas*, 5.
- Sarwono 2012 dalam Utarsih et al. (2020). PENGARUH BRAND TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SABUN MANDI CAIR LIFEBUOY DI BANDUNG. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 19.
- Schouten et al. 2020 dalam Purwanto & Sahetapy. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC. *AGORA*, 10.
- SehatQ. (2022, April 18). *Review Skintific 5X Ceramide Barrier Repair Moisture Gel, Benarkah Ampuh Melembapkan dan Menghidrasi Kulit?* SehatQ. <https://www.sehatq.com/review/review-skintific-5x-ceramide-barrier-repair-moisture-gel>
- Sembiring & Zahara. (2020). Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*.
- Seo, S. , K. C. , K. H. , M. K. , & K. P. (2020). Comparative study of deep learning-based sentiment classification. *IEEE Access*, 8, 6861–6875.
- Septiani, R. A. , & F. S. D. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432.
- Shimp, 2003:Sirait & Sisnuhadi. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JRMB*, 16.
- Shopee Karier. (2023). *Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*. Shopee Karier. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sianipar, F. A. , & Y. Y. (2021). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

- PRODUK DI ONLINE MARKETPLACE (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Skintific. (2023). *Skintific Indonesia*. Skintific. <https://skintific.info/id/>
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion UMK: Studi Kasus Pada Pelaku UMK Bumi Orange Cinunuk Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sulistianto, R. A. , & S. N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Toktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1).
- Surabagiarta, I. K. , & P. E. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 294–301.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*.
- Syahrial, et al. (2020). BAB II KAJIAN PUSTAKA. *Elibrary Unikom*.
- Thomas, M. J. , W. B. W. , & W. J. C. (2019). Determinants of online review credibility and its impact on consumers' purchase intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, 20(1), 1–20.
- Tien, et al. (2019). Examining the influence of customer-to- customer electronic word-of-mouth on purchase intention in social networking sites. *Asia Pacific Management Review*, 24, 238–249.
- Tjiptono & Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction* (4th ed.).
- Usmiati, E. , F. A. , & P. K. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchasing Decisions At The Shopee Marketplace. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 8(3), 344–355.
- Warren & Green. (2017). *Global Marketing* . England.
- Wasil, M. (2017). Pengaruh Brand Loyalty dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Forum Ekonomi*.
- Wijaya, S. N. C. (2022). Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian melalui brand image pada produk sportswear merek Under Armour. *Agora*, 8(2).

Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2.