

## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2007. *“Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)”*. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- Aaker, David., dan Biel, Alexander. 2013. *Brand Equity and Advertising: Advertising’s Role Building Strong Brands*. Michigan: Psychology Press.
- Aditi, Bunga dan H.M Hermansyur. 2018. *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol 19, No 1.
- Anam, et al. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Vol 4, No 1.
- Andriani, Teni. 2020. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Mahasiswi Membeli Produk Kecantikan Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN).
- Arianto, Nurmin dan Sabta Ad Difa. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property*. Jurnal Dirupsi Bisnis. Vol 3, No 2.
- Astuti, et al. 2021. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi). Vol 2, No 2.
- Damayanti, Rizka Sri. 2019. *Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee*. Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy. ISSN 2662-9404.
- Dewi, Sari Luh Gede Permata, et al. 2020. *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image and Brand Awareness on Purchase Decision of*

- Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. SHS Web of Conferences. Vol 76.
- Elwada, A. *et al.* (2016). *Perceived derived attributes of online Customer review*. *Computers in Human Behavior* , 306-319.
- Farki, Ahmad. 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Market Place di Indonesia*. Skripsi: Jurusan Manajemen Bisnis, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Fauziah, Ike Junita Triwardhani. 2019. *Hubungan Antara Online Review Suhay Salim di Youtube Dengan keputusan Pembelian Produk Skincare Safi*. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*. ISSN 2460-6537,
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning&Strategy)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2and Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. 2014. *Structural Equation Modeling : Metode Altrnatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood-Lea, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset,NJ, USA: Wiley.
- Hafilah, Noor Endah, *et al.* 2019. *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Decision Samsung Smartphone*. *International Journal*.
- Hair J.F, *et al.* 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/tokopedia-masih-jadi-e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-pada-kuartal-iii-2021> (Dwi Hadya Jayani. Diakses pada 26 januari 2022, pukul 17:03)

- <https://editorial.femaledaily.com/blog/2019/04/17/serum-yang-paling-banyak-jadi-wishlist> (Angelic. Diakses pada 26 januari 2022, pukul 17:04)
- <https://journal.sociolla.com/editors-review/review-nacific-phyto-niacin-whitening-essence> (Andini Aprilliana. Diakses pada 28 januari 2022, pukul 14:58)
- <https://tafsirq.com/33-al-ahzab/ayat-21#tafsir-jalalayn> (Diakses pada 1 Agustus 2022, Pukul 10:31).
- <https://tafsirweb.com/7633-surat-al-ahzab-ayat-21.html> (Diakses pada 1 Agustus, Pukul 10:37).
- <https://tafsirweb.com/8695-surat-az-zumar-ayat-33.html> (Diakses pada 27 Juli 2022 pukul 6:30).
- <https://tafsirweb.com/9776-surat-al-hujurat-ayat-6.html> (Diakses pada 1 Agustus 2022, pukul 9:32)
- <https://www.beautynesia.id/beauty/review-skincare-nacific-fresh-herb-origin-serum/b-130557/amp> (Adinda Tami. Diakses pada 28 januari 2022, pukul 14:02)
- <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/trend/insights/produk-skincare-mana-yg-paling-banyak-ditonton-di-tiktok/> (Vivin Dian Devita. Diakses pada 26 januari 2022, pukul 17:06)
- <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/niswa-aulia-1/daftar-awards-yang-sukses-stray-kids-sabet-sejak-debut-c1c2> (Niswa Aulia. Diakses pada 28 mei 2022, pukul 13:11).
- <https://www.beautynesia.id/beauty/benarkah-natural-pacific-calendula-energy-toner-bagus-banget-baca-review-nya-berikut-ini/b-127969> (Yasmin Artyas. Diakses pada 28 januari, pukul 15:16)
- <https://www.orami.co.id/magazine/skincare-korea-terbaik> (Debora. Diakses pada 6 September 2022, pukul 10:00)
- Ilmi, et al. 2020. *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. Edunomika. Vol 04, No 01.

- Kalangi, *et al.* 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 8, No 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip. Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lailiya, Nisfatul. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif. Vol 2, No 2
- Latief, Fitriani dan Nirwana Ayustira. 2020. *Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla*. Jurnal Mirai Management. Vol 6, No 1.
- Lestari, Indah. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador, Label Halal dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah di Semarang (Studi Pada Masyarakat Pengguna Wardah di Kecamatan Pedurungan)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- M, Aldi. 2018. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F150 Pada PT Sinar Galesong Pratama di Makassar*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Marpaung, *et al.* 2021. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. Jurnal Manajemen. Vol 7, No 1.
- Meidhiyanti, RR Irish Reza. 2020. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Melati, Riska Sari dan Renny Dwijayanti. 2020. *Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Care Handphone Pada Marketplace Shopee*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vol 8, No 2.

- Mo, Z., Li, Y. F., & Fan, P. (2015). *Effect of Online Review on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 419-424.
- Mowen, John C dan Minor Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Mudambi, S.M dan Schuff. (2010). *What Makes a Helpful Review? A Study of Customer Reviews on Amazon.com*. *MIS quartely*, 34 (1), 185-200.
- Muliasari, Dewi. 2019. *The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among STIE AAS Surakarta Students*. *International Journal of Economies, Business and Accounting Research (IJEBAR)* . Vol 3, Issue 4.
- Mullins, John W., & Walker, Orville. (2010). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. 7th. ed. New York: McGraw-Hill.
- Musyaffi, Ayatulloh Michael, et al. 2021. *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Tangerang: Pascal Books.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9*. Jakarta. Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung:CV Pustaka Setia.
- Putri, Ourzha Miranda dan Tri Indra Wijaksana. 2021. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee*. *E-proceeding of Management*. Vol 8, No 5.
- Qomariah, Nurul. 2020. *Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda*. *Ejournal Administrasi Bisnis*. Vol 8, No 1.
- Rahmawati, et al. 2022. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada*

- Marketplace Shopee*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal. Vol 4, No 4.
- Rohmatulloh, Cincin dan Devilia Sari. 2021. *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee*. Universitas Telkom Bandung. Vol 8, No 3.
- Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities, Jilid I*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sagia, Ayu dan Syafrizal Helmi Situmorang. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Vol 5, No 2.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Sriyanto, Agus dan Aris Wahyu Kuncoro. 2019. *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018)*. Jurnal Ekonomika dan Manajemen. Vol 8, No 1.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suhaily, Lily dan Syarief Darmoyo. 2017. *Effect of Product Quality, Preceived Price, and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust. (Study on Japanese Brand Electronic Product)*. Journal Management. Vol XXI, No 02.
- Supit, Dhena Dinaya. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi pada pelanggan Naavagreen di kota Yogyakarta)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wang, Felicia dan Evo Sampetua Hariandja. 2016. *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A*

*Case of Tous Les Jours in Indonesia.* International Conference on Entrepreneurship (IconEnt-2016).