

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.7, No.1, 2019: 131 – 140.
- Amstrong., K. &. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Jakarta: Erlangga.
- Az Zahra, D. C., Kadunci, & Rosalina, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing TikTok @Azarinecosmetic terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Azarine di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Followers TikTok @Azarinecosmetic). 1-11.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, G. (2020). Pengaruh Celebgram dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online pada Mediasosial Instagram Produk Erha Clinic di Surabaya. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, Vol.5, No.1, 2020: 39-47.
- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB Unsrat. *Jurnal EMBA*, Vol.6, No.3, 2018: 1188 - 1197.
- Puspitasari, A., Putri, E. W., Hutapea, S. N., & Gunawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Salah Satu Produk Kecantikan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 759-765.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 255-263.

- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol 3, No. 5, 2022: 909-926.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). Analisis Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-9.
- Ulyah, C. A., Salfadri, & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Alat-Alat Kesehatan Pada PT. Tirta Medical Indonesia Cabang Padang. *Jurnal Matua*, 418-430.

Internet:

Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia <https://www.cekindo.com>, diakses pada 10 Desember 2022

Fitur *Online Customer Review* pada *Marketplace* Shopee <https://shopee.co.id>, diakses 10 Desember 2022

Merek kosmetik local dengan harga murah <https://www.idntimes.com>, diakses 10 Desember 2022

Produk Madame Gie Termurah <https://shopee.co.id>, diakses 13 Januari 2023

Produk Madame Gie Termahal <https://shopee.co.id>, diakses 13 Januari 2023

Data Situs E-commerce Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022) <https://databoks.katadata.co.id> , diakses 10 Desember 2022