

DAFTAR PUSTAKA

- Angelique, M., Utami, C. W., & Gosal, G. G. (2021). Pengaruh Online Review & Cus-tomer Experience Terhadap Brand Image & Purchase Intention di Painterest. *PER-FORMA: Jurnal Manajemen dan Strat-Up Bisnis*, 468-469.
- Angellina, M., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Ayunin, S. Q. (2021). Pengaruh Brand Awarenes dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Aplikasi Shopee.
- Badan Pusat Statistik. 2021. tentang pertumbuhan industri kosmetik pada sektorfarmasi, kosmetika, dan kesehatan tradisional. <http://bps.go.id>
- Buchari Alma., 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabet, Bandung.
- Cahyono & Wibawani (2021), Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2022). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Prosiding HUBISINTEK; Vol. 2 No. 1 (2022): Seminar Nasional HUBISINTEK - Membangun Transformasi Bisnis Dan Adaptasi Teknologi Pasca Pandemi*; 867.
- Direktorat Jenderal, industri kecil, menengah dan aneka kementerian perindustrian. (2025). Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang. [Kemenperin.go.id](https://ikm.kemenperin.go.id/). <https://ikm.kemenperin.go.id/>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.

- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Ernawati, Diah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7 (1).
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Fontana, Avanti. 2011. Manajemen inovasi dan Penciptaan Nilai. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Hamidah, W., Rismansyah, R., & Kurniawan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Palembang. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3), 675–682.
- Hardiansyah, M. M., & Khuzaini, K. (2024). Pengaruh Produk, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Lorions Kopi Magetan). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(1).
- Hasibuan, L. (2022, November, 04). Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi. *Cnbcindonesia.com*. <https://www.cnbcindonesia.com/> [diakses 2022, November,23].
- Hermawan, R. (2022). INFLUENCE ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND QUALITY INFORMATION OF PURCHASE DECISIONS AT SHOPEE YASASHI JAPAN SHOP. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(01), 200-213.
- Irmayanti, S., & Annisa, I. T. (2023). Peran Mediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal pada Wanita Urban. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 106–116.
- Jasmani, A. A. E., Sudarso, A. P., Janudin, D. S., Mas'adi, M., & Nurhadi, A. (2021, January). Effect of Product Quality, Product Innovation, and Accuracy of

- Distribution Chains on Purchase Decisions that Impact on Improving Marketing Performance in the Zinc Steel Industry in Indonesia. In *INCEESS 2020: Proceedings of the 1st International Conference on Economics Engineering and Social Science, InCEESS 2020, 17-18 July, Bekasi, Indonesia* (p. 330). European Alliance for Innovation.
- Keegan, Warren. & Green, M. (2017). *Global Marketing* (9th ed.). England: Pearson.
- Keller K. L. 2003. Brand synthesis: The Multidimensionality Of Brand Knowledge, *Journal of Consumer Research*, 38(February), 131 - 142.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *PrinsipPrinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Manajemen Pemasaran.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (12th ed.). Alih bahasa Ancella Anitawati. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* Jilid 1. In Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (16th ed.)
- Laksono, E. B., & Magnadi, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(3), 60-73.
- Lenny C. Nawangsari, Christina Catur Widayati, Aris Edo Crazy (2020). The Effect of Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, and Customer Satisfaction to Purchasing Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research*, International Institute for Science, Technology and Education.
- Lewangka, O., & Mappatempo, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Citra Merek Pada UMKM Pakaian Muslimah di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 322–332.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Manuella, Windy, & Sander, Ongky Alex (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Instagram Terhadap Minat Pembelian pada Merek

- Kosmetik Lokal yang Dimediasi oleh Citra Merek dan Sikap Merek [The Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) in Instagram on Local Cosmetic Brand Mediated by Brand Image and Brand Attitude]. *Milestone: Journal of Strategic Management*, 2(2), 91, ISSN 2775-3565, Universitas Pelita Harapan.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Nisa, M. K., & Guritno, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal, dan E-WoM terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Scarlett Whitening dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 150–165.
- Oktaviani, A. D., Riyanto, D. W. U., & Fuadiputra, I. R. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchase Decision on Camille Organic Beauty Face Mask. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (JAMANIKA)*, 2(03), 245-253.
- Park, CH dan YG Kim. 2003. “Mengidentifikasi Faktor Kunci yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen Perilaku dalam Konteks Belanja Online.” *Jurnal Internasional Manajemen Ritel & Distribusi* 31(1): 16–29.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image IKEA. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1).

- Rahayu, S. (2022). The Effect Of Brand Image and Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 256-264.
- Rahmah, R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352-2359.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (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*, 4(4), 1030-1043.
- Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). Pengaruh citra merek, kepercayaan, kualitas layanan websiteshopee terhadap keputusan pembelian online (studi pada mahasiswa universitas stikubank semarang).
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Review dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Rianto Rahadi, D. (2023). PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODEL(PLS-SEM) 2023. <https://www.researchgate.net/publication/372827232>
- Safitri, M. N., & Istimal, I. (2022). Marketing Pengaruh Kesadaran Harga Dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Aktif ITB Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKa)*, 2(1), 79-86.
- Salma, F. A., Saryadi, S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 758-763.

- Sanjiwani, ND, & Suasana, IA (2019, November 03). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas.Manajemen E-Jurnal, 8 (11), 6721-6740.
- Slamet, S., Perwira, I., & Suhartini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pelanggan Online Cake Box). *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 452-460.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.
- Sumarsih. (2019). Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Briket (CV. Arang Surabaya Campalagian Polman). *Movere Journal*, 1(2), 218–231.
- Sumarwan, Ujang. 2010. Perilaku Konsumen. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Supranto dan Nandan L. 2011. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43.
- Suwarman (2010 : 195) Inovasi produk terhadap keputusan pembelian.
- Tarmidi, D. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 747-753.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(February 2017), 48–59.
- The Effect Of Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang
- Tjiptono,F.(2005). Brand Management And Strategy.Yogyakarta :Andi Offse
- Velita, R., Barusman, A. R. P., & Saptarini, V. (2019). Pengaruh e-Wom dan Review Produk pada Market Place Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Jadi Di Bandar Lampung. *VISIONIST*, 8(1).
- Virawati, E. (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer

- Vranakis, Stergios, Prodromos Chatzoglou, and Apostolos Mpaloukas. 2012. Customer Satisfaction of Greek Mobile Phone Services. *International Journal of Managing Value and Supply Chains* 3 (4): 43-54.
- Wibowo, N. A. (2022). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono, M. (2017). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA XL AXIATA DI SEMARANG. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 189-199.
- Yanuar, N.D. & Harti, H. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51-60.
- Zohir, M., Lutfi, L., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(2), 254–274.