

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*, 12. Diambil dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/08/30/f4b846f397ea452bdc2178b3/statistik-telekomunikasi-indonesia-2023.html>. (Akses: 1 September 2024).
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2023*. Diambil dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html?year=2023>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Banjarnahor, J. (2017). *Anteseden Customer Satisfaction dan Dampaknya pada Purchase Intention, Jurnal manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(1), 141-156. Diambil dari <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.1680>.
- Che, H.L., dkk. (2015). *Online Hotel Booking: The Effects of Brand Image, Price, Trust and Value on Purchase Intentions, Asia Pacific Management Review*, 20, 210-218. Diambil dari [www.elsevier.com/locate/apmr](http://www.elsevier.com/locate/apmr).
- Compas. (2022). *Compas Market Insight: Indonesia FMCG E-Commerce Report 2022*. Jakarta: Compas. Diambil dari <https://compas.co.id/article/compas-market-insight-indonesia-fmcg-report-2022/>.
- Compas. (2023). *Compas Market Insight: Indonesian FMCG E-commerce Report 2023*. Jakarta: Compas. Diambil dari <https://compas.co.id/product/compas-market-insight-indonesia-fmcg-e-commerce-report-2023-free-version/>.
- Donthu, N. & Gustafsson, A. (2020). *Effects of COVID-19 on Business and Research, Journal of Business Research*, 117, 284-289. Diambil dari [tps://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008).
- ECDB. (2023). *Pasar eCommerce teratas di pasar Perawatan Pribadi Indonesia*. Diambil dari <https://ecommercedb.com/ranking/marketplaces/id/personal-care>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Elmas, M.S.H. (2021). *Minat Beli Konsumen pada Produk Rengginang Ikan Tenggiri Khas Probolinggo, Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(2), 343-350. Diambil dari <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.15703>.
- Erlangga, M. (2020). *Analisis Pengaruh Harga Produk dan Promosi pada E-Commerce terhadap Minat Beli Fashion Pria*. Skripsi Sarjana pada FEB Universitas Telkom Bandung: Open Library Universitas Telkom.
- Hawkins, Mothersbaugh & Best. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (cet. ke-10). New Jersey: Mc-Graw Hill International Edition.
- Hong, L.M., dkk. (2021). *Factors Influence Customers Purchase Intention Towards Hypermarkets at Kota Bharu, Kelantan, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2). Diambil dari <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/23639>.

- I Furnols, M.F., dkk. (2011). *Consumer's Purchasing Intention for Lamb Meat Affected by Country of Origin, Feeding System and Meat Price: A Conjoint Study in Spain, France and United Kingdom, Food Quality and Preference*, 22, 443–451. Diambil dari [www.elsevier.com/locate/foodqual](http://www.elsevier.com/locate/foodqual).
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. Jakarta: Data Reportal. Diambil dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Jakarta: Data Reportal. Diambil dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (cet. ke-14e). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Amstrong, G. & Opresnik, M. O. (2016). *Principles of Marketing: Global Edition* (cet. ke-17). London: Pearson Education.
- Laga, Y. & Jamu, M.E. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Pasar Tradisional, Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 16(3), 144-153. Diambil dari <https://doi.org/10.21067/jem.v16i3.5037>.
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa), Jurnal Manajemen Keuangan*, 7(1), 90-99. Diambil dari <https://sinta.kemdikbud.go.id/>.
- Levrini, G.R.D. & dos Santos, M.J. (2021). *The Influence of Price on Purchase Intentions: Comparative Study between Cognitive, Sensory, and Neurophysiological Experiments, Behavioral Sciences*, 11(16). Diambil dari <https://doi.org/10.3390/bs11020016>.
- Liputan 6. (2022). *21 Juta Konsumen Beralih ke Belanja Online Selama Pandemi Covid-19*. Diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5062323/21-juta-konsumen-beralih-ke-belanja-online-selama-pandemi-covid-19>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Mardani, R. (2023). *Uji Apa Saja yang Wajib dilakukan Pada Regresi Linier?*. Diambil dari <https://mjurnal.com/skripsi/uji-apa-saja-yang-wajib-dilakukan-pada-regresi-linier/>. (Akses: 8 Juli 2023).
- Maris, S. (2023). *Hasil Survei Menunjukkan, Shopee Masih Jadi Nomor 1 sebagai Platform Belanja Online Terfavorit*. Diambil dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5329028/hasil-survei-menunjukkan-shopee-masih-jadi-nomor-1-sebagai-platform-belanja-online-terfavorit>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Meilani, Y.F.C.P & Simanjuntak, S. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 164-172. Diambil dari <https://sinta.kemdikbud.go.id/>.

- Muljani, N. & Koesworo, Y. (2019). *The Impact of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Intention of Smartphone*, *International Journal of Research Culture Society*, 3(1). Diambil dari <https://ijrcs.org/>
- Novianti & Saputra, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban*, *Jurnal eCoBuss*, 6(1), 66-78. Diambil dari <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce*. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>. (Akses: 12 Juni 2023).
- Pancawati, D. MB. (2023). *Kebiasaan Belanja "Online" Berlanjut meski Pandemi Melandai*. Diambil dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/01/09/kebiasaan-belanja-online-berlanjut-meski-pandemi-melandai>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Peter, J.P. & Olson, J.C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (cet. ke-9). New York: Mc-Graw Hill International Edition.
- Purwa, N.D. & Suksmawati, H. (2022). *Persepsi Generasi Milenial Terhadap Hari Belanja Online Nasional Pada E-Commerce Shopee*, *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 16-29. Diambil dari <http://dx.doi.org/10.33021/exp.v5i1.3533>
- Raharjo, S. (2017). *Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dengan SPSS*. Diambil dari <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html>. (Akses: 8 Juli 2023).
- Research, Nusa. (2020) *Laporan tentang Make Up Routine*. Diambil dari [https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan\\_Tentang\\_Makeup\\_Routine\\_nrsr](https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine_nrsr). (Akses: 21 Agustus 2024)
- Rifda, A. (2022). *Pengertian Generasi Milenial dan Tahun Berapa Generasi Milenial*. Diambil dari <https://www.gramedia.com/best-seller/milenial/>. (Akses: 12 Juni 2023).
- Safitri, K. & Ika, A. (2023). *Simak Tren Belanja "Online" di "E-commerce" Usai Pandemi Covid-19*. Diambil dari <https://money.kompas.com/read/2023/07/14/060000926/-simak-tren-belanja-online-di-e-commerce-usai-pandemi-covid-19?page=all>. (Akses: 28 Juli 2024).
- Said, Radiansyah. (2023). *Warga Pindah Belanja di TikTok, Pendapatan Shopee Terdampak*. Diambil dari <https://marketnesia.id/warga-pindah-belanja-di-tiktok-pendapatan-shopee-terdampak/>. (Akses: 1 September 2024)
- Santo, P.E. & Marques. (2022). *Determinants of The Online Purchase Intention: Hedonic Motivations, Prices, Information and Trust*, *Baltic Journal of Management*, 17(1), 56-71. Diambil dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BJM-04-2021-0140/full/html>.

- Sari, S.P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen, Psikoborneo*, 8(1), 147-155. Diambil dari <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L (2007). *Consumer Behavior: Pearson International Edition* (cet. ke-9). New Jersey: Pearson Education.
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior: Global Edition* (cet. ke-12). London: Pearson Education.
- SEA. (2024). *SEA Second Quarter 2024 Results* Diambil dari <https://cdn.sea.com/webmain/static/resource/seagroup/website/investornews/2Q2024/TWIFPvNsKrWONCEaa711/2024.08.13%20Sea%20Second%20Quarter%202024%20Results%20Deck.pdf>. (Akses: 1 September 2024)
- Setyawati. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening pada Official Store Scarlett Whitening di Shopee*. Skripsi Sarjana pada FKB Universitas Telkom Bandung: Open Library Universitas Telkom.
- Shopee Careers. (2023). Diambil dari <https://careers.shopee.co.id/about>. (Akses: 1 Juli 2023).
- Shopee. (2023). Diambil dari <https://shopee.co.id/>. (Akses: 1 Juli 2023).
- Stansyah, M.R., dkk. (2023). *Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Pembelian Makanan dan Minuman melalui Aplikasi Go Food, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43-49. Diambil dari <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>.
- Statista. (2023). *Market Insights: Consumer Beauty & Personal Care Worldwide*. Diambil dari <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/worldwide>. (Akses: 12 Juni 2023).
- Statista. (2024). *Cosmetics and Personal Care Market in Indonesia*. Diambil dari <https://www.statista.com/study/86999/cosmetics-and-personal-care-market-in-indonesia/>. (Akses: 1 September 2024).
- Statista. (2024). *E-Commerce in Indonesia*. Diambil dari <https://www.statista.com/study/60342/e-commerce-in-indonesia/>. (Akses: 1 September 2024).
- Statista. (2024). *Internet Usage in Indonesia*. Diambil dari <https://www.statista.com/study/22622/internet-usage-in-indonesia-statista-dossier/>. (Akses: 1 September 2024).
- Statistics Center Diponegoro University. *Analisis Regresi Sederhana*. Diambil dari <https://scundip.org/uncategorized/analisis-regresi-sederhana/#:~:text=Pada%20penelitian%20dengan%20menggunakan%20metode,adalah%20data%20interval%20atau%20rasio.&text=Uji%20asumsi%20klasik%20yang%20sering,uji%20autokorelasi%20dan%20uji%20linearitas>. (Akses: 12 Juni 2023).

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (cet. ke-3). Bandung: Alfabeta,
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Syarifudin, M. (2019). *Hubungan antara Persepsi Person Job Fit dan Motivasi Intrinsik dengan Work Engagement pada Karyawan Generasi Millennial di PT. X*. Skripsi Sarjana pada FP Universitas Muhammadiyah Surabaya: Respository Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Ujianto & Abdurachman. (2004). *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 34-53. Diambil dari <http://puslit.petra.ac.id/journals/management/>.
- Utamanyu, R.A., Darmastuti, R. (2022). *Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME)*, *Jurnal SCRIPTURA*, 12(1), 58-71. Diambil dari <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/24523/20800>.
- Wardhana, Kartawinata & Syahputra. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Karya Manunggal Lithomas.