

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024). *Ini Produk Kecantikan yang Banyak Diburu Konsumen E-Commerce Indonesia*. databoks.
<https://databoks/katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/ini-produk-kecantikan-yang-banyak-diburu-konsumen-e-commerce-indonesia>
- Azarine. (2023). *Azarine Cosmetic*. <https://azarinecosmetic.com>
- BPOM. (2023). *Informasi Kosmetik Tabir Surya (Sunscreen) dengan Klaim SPF*. Badanpom. <https://www.pom.go.id/penjelasan-publik/penjelasan-bpom-ri-nomor-hm-01-1-2-08-23-33-tanggal-4-setember-2023-tentang-informasi-kosmetik-tabir-surya-sunscreen-dengan-klaim-spf>
- Burton, J., & Khammash, M. (2010). Journal of Marketing Why do people read reviews posted on consumer-opinion portals? Why do people read reviews posted on. *Journal of Maerketing*, 37–41.
<https://doi.org/10.1080/0267257090356626>
- Dr. Kasmir, S.E., M. . (2022). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN UNTUK ILMU MANAJEMEN, AKUNTANSI, DAN BISNIS*. Raja Grafindo Persada.
- Dr. Zainuddin, Iba, S.E., M. M. A. W. (2023). *Metode Penelitian (P. Mahir (ed.))*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Faoziah. (2020). *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan*. Universitas 17 Agustus 1945.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Gluckman, M. (2017). *The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding : A case study of Lucie Fink*.
- Handayani, R. T. (2023). *Perempuan Indonesia Menyukai Brand Kecantikan Lokalm Ini Alasannya*. SonoraBangka.id.
<https://bangka.sonora.id/read/503462903/perempuan-indonesia-menyukai-brand-kecantikan-lokal-ini-alannya?page=all>
- Hariyanti, W. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1).
- Henning, T. T., & Walsh, G. (2003). Electronic word-of-mouth: Motives for and consequences of reading customer articulations on the internet. *International Journal of Electronis Commerce*, 8(2), 51–74.
<https://doi.org/10.1080/10864415/2003.11044293>

- Johanne. (2018). *Marketing Management*. In Cheneliere Education.
- Klein, L., & G. Ford. (2003). Consumer search for information in the digital age: an empirical study of pre-purchase search for automobiles. *Journal of Interactive Marketing*, 13(3), 29–49.
- Kompas. (n.d.). *Sunscreen Kulit Kering*. 2023.
<https://kompas.co.id/article/sunscreen-kulit-kering/>
- Kotler, K. (2016). *Marketing Manajemen 15th Edition New*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid I*. Erlangga.
- Mulyati, Y. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur*.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. databoks. <https://databokd.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1).
- Priansa, D. . (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Putra, Alita D., AD, D. D. (2021). Analisis Uji Asumsi Klasik dan Uji Koefisien Regresi Linier Berganda untuk Rekomendasi Pegawai Struktural Jabatan. *IJCCS (Jurnal Indonesia Sistem Komputasi Dan Sibernitika)*, 15(3), 1–5.
- Ramadanty dan Syafganti, S. (2020). Menguji Pengaruh Pesan Persuasif Beauty Vlogger Terhadap penerimaan Informasi Ewon Dan Niat Membeli: Studi Terhadap Konsumen Produk Kecantikan Di Jabotabek, Indonesia. *Jurnal Pertanika Ilmu Sosial & Humaniora*, 28(2).
- Rossiter dan Percy. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Gramedia.
- Sari dan Kusuma, D., B. (2014). Apakah Persepsi Merek Mewah Penting Dalam Niat Membeli? Perbandingan Antara Merek Jepang Dan Merek Jerman. *Jurnal Pemasaran ASEAN*, 6(1), 5.
- Schepers, M. (2015). *The Impact of Online Consumer Review Factors on The Dutch Consumer Buying Decision*. IBA Bachelor Thesis Conference.
- Schiffman, K. (2007). *Consumen Behavior*. Pearson Education, 2007.
- Statista. (2024). *Beauty Personal Care Skincare Sun Protection Indonesia*.

- Wawasan Pasar Statista. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/skin-care/sun-protection/indonesia>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tyas, D.A. and Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152.
- Wijaya dan Sugiharto, F. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Niat Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Kolam's). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16–22.
- Zheng, L. (2021). Klasifikasi Ulasan Konsumen Online: Tinjauan Literatur Sistematis dan Kerangka Integratif. *Jurnal Riset Bisnis*, 135, 226–251.