

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Amaldin, A. D. P., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Ulasan Positif dan Ulasan Negatif Produk di E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 86–92.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11526753>
- Andini, N. S. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!*
<https://compas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/>
- Andini, N. S. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Strategi Skintific dalam Memenangkan Momen Double Date dan Raih Nilai Penjualan Tertinggi!* Compas.Co.Id.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4).
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Annur, C. M. (2024). *Indonesia Masuk Jajaran 10 Negara Paling Sering Belanja Online*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e909aa002dda25e/indonesia-masuk-jajaran-10-negara-paling-sering-belanja-online>

- Anshori, I. (2022). *Produk Kecantikan Menjadi Kategori Produk Paling Efektif Menggunakan Influencer*. Jakarta.Times.Co.Id.
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why Customers Buy An Online Product? The Effects Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing And Online Customer Reviews. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1). <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-09-2022-0052>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin, Ed.; Vol. 1). Widina Bhakti Persada Bandung. www.freepik.com
- Arora, H., & Jain, P. (2021). Advertising Appeals: A Strategy To Influence Customer Attitude. *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal*, 13. www.viirj.org
- Awaludin, M. N., & Sukmono, S. (2020). The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions With Viral Marketing As Intervening Variables on Janji Jiwa Coffee Consumers Among Students Using Social Media Area Jabodeta. *A FEBI Management and Business Review (AMBR)*.
- Azizah, I. N. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Online Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Shopee*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Seminar Nasional & Call For Paper*.

- Chan-Olmsted, S., & Kim, H. J. (2022). Influencer Marketing Dynamics: The Roles Of Social Engagement, Trust, And Influence. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.4324/9781003134176-7>
- Digital Around the World*. (2024). Datareportal. <https://datareportal.com/global-digital-overview>
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? *Heliyon*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>
- Faliha, A. I., & Ridanasti, E. (2023). Pengaruh Influencer Rachel Vennya terhadap Minat Beli Pelanggan di Instagram. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 814–820. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.647>
- Fernando, & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Melalui Instagram Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Luar Garis Coffee Shop. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23, 2023.
- Firnanda, A. A., & Krisnawati, W. (2023). The Effect Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, Online Customer Review, And Brand Image On Purchase Decision Somethinc. *Enrichment: Journal of Management*, 13.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 3/E. Badan Penerbit Undip.
- Gustika, R., Firta, W., Mantauv, C. S., Fahrozi, M., & Sandi, D. K. (2021). Pengaruh Non Performing Loan (NPL) Dan Net Interest Margin (NIM) Terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR) Pada Bank

- Swasta Yang Go Public Di Indonesia Peiode (2016-2018). *Journal of Social and Economics Research*, 3(2). <http://idm.or.id/JSER>
- Hamisena, M., & Sudyasjayanti, C. (2024). The Effect Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, And Online Customer Review On Smartphone Purchasing Decisions For Generation Z In Surabaya. *Ekombis Review – Scientific Journal of Economics and Business*, 12(4), 3653–3664. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i>
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6, 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Handayani, N. T., & Pradana, M. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Advertising Appeal on A Skincare Product Purchase Decision. *WSEAS Transactions on Computer Research*, 11. <https://doi.org/10.37394/232018.2023.11.32>
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (F. A. Darma & M. T. Multazam, Eds.). Umsida Press.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4.
- Hidayat, L., & Amalia, L. (2023). Creating Customer Loyalty Through Antecedents of Customer Satisfaction at Hoka-Hoka Bento Fast

- Food Restaurants. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 2(4), 939–976. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i4.3538>
- Ilhami, S. M. Al, & Hendrastomo, G. (2020). Perawatan Kulit Wajah Sebagai gaya Hidup Laki-Laki. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Rome, Italy*.
- Jason, I. N., & Slamet, F. (2024). Pengaruh Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, Dan Online Customer Reviews Terhadap Purchase Decision Pengguna E-Commerce Shopee Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 06(3).
- Jaya, D. Y., Herwinsyah, & Fatwanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Harga Jual Dan Social Proof Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Barang Pada Website E-Commerce. *Jurnal Eksplora Informatika*. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v12i2.1041>
- Kang, M., Sun, B., Liang, T., & Mao, H. Y. (2022). A Study On The Influence Of Online Reviews Of New Products On Consumers' Purchase Decisions: An Empirical Study On JD.com. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.983060>
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (6th ed.)*. Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (Eighteenth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing (Nineteenth Edition)*. Pearson.

- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kusumawardani, N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Advertising Appeal, And Service Quality On Purchasing Decisions For Digital Printing Products At UPRINT.ID. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Lestiyani, D. N., & Purwanto, S. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 5.
- Leung, F. F., Gu, F. F., Li, Y., Zhang, J. Z., & Palmatier, R. W. (2022). Influencer Marketing Effectiveness. *Journal of Marketing*, 86. <https://doi.org/10.1177/00222429221102889>
- Limantoro, G. G. (2023). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Kampanye “Own Your Glow” Sasc Smart Skincare Untuk Meningkatkan Brand Image*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Maharani, C. S., & Widarmanti, T. (2022). Pengaruh Influencer Review Dan Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Avoskin. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 11(2).
- Majid, A., & Faizah, E. N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Bhs Melalui Aplikasi Tiktok. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40.
- Manurung, E. D., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Endorsement Influencer, Online Customer Review, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *JPPI (Jurnal*

- Penelitian Pendidikan Indonesia*), 10(2).
<https://doi.org/10.29210/020243935>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Melita, S., & Astuti, R. T. (2024). Pengaruh Siaran Belanja Langsung, Dukungan Selebriti, Promosi, Ulasan Pelanggan Online, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce (Studi pada Pengguna Lazada di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9, 173–194.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nainggolan, R., & Purba, E. (2020). The Cluster Analysis of Online Shop Product Reviews Using K-Means Clustering. *Data Science: Journal of Computing and Applied Informatics*, 4.
<https://doi.org/10.32734/jocai.v4.i2-2855>
- Najmi, M. (2022). *Pengaruh Penggunaan Social Proof Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sobat Shopee Indonesia*. Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Nikmah, N., & Zaidah, N. (2022). Pentingnya Social Proof Dalam Digital Marketing (Studi Pada Marketplace Shopee). *Jurnal DIALOGIKA : Manajemen Dan Administrasi*.
<https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i1.7823>

- Number of users of e-commerce in Indonesia from 2020 to 2029.* (2024, May). Statista. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>
- Nurfaiza, A. (2024). *Inilah Beberapa Kelebihan dan Kekurangan Ecommerce Shopee.* Kelas.Work.
- Oktavia, M., Pradana, M., Wardhana, A., & Joviano, R. (2025). Analysis of the Effect of E-Commerce Affiliate Marketing on Increasing Consumer Purchase Intention. *WSEAS Transactions On Systems*. <https://doi.org/10.37394/23202.2025.24.28>
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh Influecer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Jayakarta*, 6(1).
- Pratiwi, L. G. A. D., & Meryawan, I. W. (2024). Dampak Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Berdasarkan Online Customer Review, Kepercayaan Dan Kualitas Produk. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1.
- Premesti, A. D., & Aminah, S. (2023). The Influence of Brand Image and Online Customer Review on Purchasing Decisions in the Lazada Marketplace. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Putra, R. A. I., & Wardhana, A. (2024). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Ivanda. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*.
- Putri, Z. A. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Di Instagram Terhadap Purchase Decision Produk Serum Skintific (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang).* Universitas Sriwijaya.

- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran* (M. Silalahi, Ed.). Pt. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Rania, D. (2024). *Top 10 Daftar Produk Terlaris di Shopee 2024 Paling Banyak Dicari*. Jubelio. <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/>
- Samosir, I. E. A. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Advertising Terhadap Penjualan Produk Kecantikan MS Glow (Studi Pada Pelanggan Ema Ms Glow Rantauprapat)*. Universitas Medan Area.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11.
- Saputra, R. S. (2025). *Berbelanja Online di Shopee: Mengapa Lebih Populer daripada Toko Konvensional?* Kumparan.Com.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (A. Asari, Ed.). PT. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (Sulthanika Al Saudi, Ed.). Bobby Digital Center.
- Tentang Label dan Logo Shopee*. (n.d.). Skintific.Com. Retrieved October 9, 2024, from <https://skintific.com/id/pages/about-us>
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7.
- Wahab, H. A., & Nagaty, S. A. (2022). Online Customer Reviews and Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Image. *Scientific Journal for Economic & Commerce*. <https://doi.org/10.21608/jsec.2022.227491>
- Wahyudi, A. T., & Mulyanti, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion melalui Marketplace Shopee. *Sosialita*, 2.
- Wandasari, N. K. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap Di Kota Denpasar. *Values*, 1.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Muslimin, I. (2021). The Effect Of The Use Of Influencer On The Purchase Decision Of Msme Culinary Products In Indonesia (Study On Snack Product “Kripik Belings” On Instagram). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Harbin, China*.

- Widodo, A., Rubiyanti, N., & Yusiana, R. (2025). Unveiling the Power of Social Media: How Marketing Communication Shapes Consumer Behaviour. *Paper Asia*.
<https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i2b.333>
- Wijayanti, R. I. (2023). *Siapa Pemilik Skintific? Brand Skincare yang sedang Viral*. IDX Channel.
<https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-skintific-brand-skincare-yang-sedang-viral>
- Wildan, Mardahdeli, Elondri, Gustika, R., & Mantauv, C. S. (2023). The Influencer Leadership Style And Work Environment On Employee Motivation Of PT Permata Hijau Pasaman (PHP) 1 Sasak. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1).
<https://idm.or.id/JSER/index>.
- Winata, J. N., & Alvin, S. (2022). Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus Instagram Bonvie.id). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Yonatan, A. Z. (2024). *10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi 2024*. GoodStats.
<https://data.goodstats.id/statistic/makin-maju-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-yang-diprediksi-tertinggi-di-dunia-QiN5h>
- Zahra, A. F. V. (2024). *Analisis Influencer Marketing, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Kota Surabaya*. STIA dan Manajemen Pelabuhan Barunawati.