

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , *Online Customer Review* , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/01/15/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses pada 06 Juli 2025
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan *Online Customer Review* Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.353>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Bahri, B. (2018). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.388>
- Budi, K. L., Sembiring , E., & Paulus, F. (2022). CUSTOMER ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE. *Jurnal of Applied Management and Accounting science*.
- Bevan-Dye, A. L. (2020). Antecedents of Generation Y consumers' usage frequency of online consumer reviews. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(2), 193–212. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0102>
- Ekarina. (2020, November 10). *Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi*. Diambil kembali dari Katadata.co.id:

<https://katadata.co.id/brand/marketing/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi>

- Fathin, R. F., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating terhadap Minat Beli pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 709–722.
- Ghozali, Imam (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Handayani, T. R. I., & Astuti, D. W. I. (2017). *Evaluasi Tentang Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Dalam Meningkatkan Intensi Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis)*.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Kartika, A. A. (2023). *Behavior Konsumen Berbelanja, Pilih Online atau Offline?* Retrieved from popilix: https://info.populix.co/articles/behavior-konsumen-berbelanja/?utm_source=chatgpt.com. Diakses pada 15 April 2025
- Korporasi. (2021, Agustus Kamis). *Produk Kecantikan Lokal Makin Diminati*. Diambil kembali dari REPUBLIKA: <https://republika.co.id/amp/qxpyr8457>
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 121–129.
- Lestari, W., & Lubis, N. W. (2025). *Pengaruh Online Customer Review , Kualitas Produk , dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening pada Toko Supply Kosmetik di Desa Suka Makmur Kecamatan Deli Tua*. 5(1), 49–62.
- Nugraheny, D. E., & Diah, S. R. (2024, 10 30). *Wamenperin: Pasar Kosmetik Indonesia Terus Tumbuh, Harus Dimanfaatkan Pelaku Usaha*. Retrieved from Kompas.com: https://money.kompas.com/read/2024/10/30/104000126/wamenperin--pasar-kosmetik-indonesia-terus-tumbuh-harus-dimanfaatkan-pelaku?page=all&utm_source=chatgpt.com. Diakses pada 14 April 2025.

- Nurul Ulfaida, I., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of *Online Customer Review* And Store Rating On Interest In Purchasing Whitelab Products In Tokopedia Marketplace In Generation Y Pengaruh *Online Customer Review* Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5743–5755. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Olavia, L. (2021, 12 Sabtu). *Prospektif, Bisnis Kosmetik Masih Jadi Incaran*. Diambil kembali dari Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/news/868795/prospektif-bisnis-kosmetik-masih-jadi-incaran>
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *Journal E-Proceeding of Management*, 8(5), 6394–6403.
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Rakyat, R. M. (2023, 01 11). *Tokopedia Ungkap Tren Belanja Online Produk Kecantikan dan Perawatan Diri Sepanjang 2023*. Retrieved from Rakyat Maluku.com. Diakses pada 14 April 2025.
- Sari, R. A., Handayani, T., & Mawarni, S. (2024). Analisis Dampak Usaha Tenun Puteri Mas Terhadap Perekonomian Masyarakat Desa Sebauk Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis. In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 407-415).
- Sihombing, P. R., Sunarjo, D. A., Paulus, Y., & Yuda, A. C. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*. 2(3), 307–315. <https://doi.org/10.11594/jesi.02.03.07>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Dan Pengembangan(reaserch and dwvwlopmen/R dan D)*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Ullal, M. S., Spulbar, C., Hawaldar, I. T., Popescu, V., & Birau, R. (2021). The impact of online reviews on e-commerce sales in India: A case study. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2408-2422.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN* (Issue April, p. 79).

Zhang, J., Zheng, W., & Wang, S. (2020). The study of the effect of online review on purchase behavior Comparing the two research methods. *International Journal of Crowd Science*, 4(1), 73-86.