

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Mohammad, ;, Ridwan, S., & Budiarti, E. (2021). 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 City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(2), 496–507. <http://ijmmu.comhttp/dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Baihaqi, B. (2023). *Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023*. Neraca.Co.Id. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>
- Compas.co.id. (2024). *TikTok Shop: Game Changer Baru untuk FMCG?* Instagram.com. https://www.instagram.com/p/DDo3ICpyiNz/?img_index=5
- Dataindonesia_id. (2024). *Jumlah Pengguna TikTok di Dunia*. Instagram.com. <https://www.instagram.com/p/C9cYtTkvbJk/>
- DokterDetektif. (2024). *Uji Produk Serum the Originote yaitu Brigh B3 dan Retional B3*. Tiktok.com. https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7428371850352282885?_r=1&_t=ZS-8uPG8IDdjRV
- FastMoss. (2024). *The Originote Penjualan*. FastMoss.com. <https://m.fastmoss.com/pages/search/index?searchValue=theoriginote&lang=id>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). The Influence of Lifestyle on Consumer Behavior in the Millennial Generation in the Covid-19 Pandemic Era with Economic Knowledge as a Moderating Variable. *EKOMBIS REVIEW: Scientific Journal of Economics*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/1329/1138>
- Fitri, T. A., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Online Customer Review pada Fashion Terkini di Tiktok Shop. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3946. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2821>

- Indonesia.go.id. (2024). *Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen, Peluang IKM Berinovasi*. Indonesia.go.id.
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1>
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Keller, & Kotler. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran / Kotler Keller; Penerjemah, Diana Kurnia S.; Penyunting, Ari Pramesta*. Yogyakarta : Online Public Access Catalog.
- Kemenperin. (2024). *Prospek Cerah IKM Kosmetik Lokal, Siap Maksimalkan Pasar Dalam dan Luar Negeri*. Ikm.Kemenperin.go.id
<https://ikm.kemenperin.go.id/prospek-cerah-ikm-kosmetik-lokal-siap-maksimalkan-pasar-dalam-dan-luar-negeri>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, K. (2025). *Menteri PPPA : Pimpinan Daerah adalah Ujung Tombak Pengampu Isu Perempuan dan Anak*. Kemenpppa.go.id.
<https://www.kemenpppa.go.id/page/view/NTI0NQ==>
- Lie, S. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Pada Instagram*. Skripsi. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97.
- Milansari, H., Silmi, M., Vhegi, S., & Supriadi, I. (2021). A. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Sweetin. *Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 4, 1.
<https://doi.org/10.54980/imkp.v4i1.114>
- Muhamad, N. (2024). *Daftar 10 Merek Serum Wajah Terlaris di E-Commerce, Ada Favoritmu?*. Katadata Media Network.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66c591dd70b87/daftar-10-merek-serum-wajah-terlaris-di-e-commerce-ada-favoritmu>
- Pambudi, R., & Permatasari, B. (2024). Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Fashion di Tiktok Shop pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 210–213.
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific di Shopee. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 26–42.
<https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.282>

- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*. Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management.
- Racunwithdivani. (2023). *Top 3 Serum The Originote yang Menurut Aku paling Keliatan Hasilnya di Wajah Aku*. Tiktok.Com. https://www.tiktok.com/@racunwithdivani/video/7314309007341063429?_r=1&_t=ZS-8uPGLVSLPg8
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Universitas Telkom, Bandung*.
- Salsa Agnia, Dede R. Oktini, & Rezi Muhamad Taufik Permana. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Merek Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i1.2041>
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Sari, N., Angelita, G., Istikhomah, N., & Zharkasih, A. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review terhadap Persepsi Nilai Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Pelanggan Shopee di Bekasi. *Jurnal Karya Ilmiah*, 25(1), 61–76. <https://doi.org/http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Shobur, A., Kanto, D. S., & Alananto, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Makan Ganto Minang Jakarta. *Streaming*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.53008/streaming.v2i1.2474>
- Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *Economics and Digital Business Review*, 2(2), 222–231. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.87>
- Wardah, F., & Albari. (2023). Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(3), 188–205. <https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/30137>