

DAFTAR PUSTAKA

- Adlan, H., & Indahingwati, A. (2020). *ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO (Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)* Asmara Indahingwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Agesti, N., Ridwan, M. 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, 496–507. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Agus Joko Prabowo, & Titik Desi Harsoyo. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ES TEH INDONESIA. *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 2(2), 60–80.
- Banis, A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitenning pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4788–4796. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1036>
- Chandra Mandira, I. M., & Jaya Kusuma, P. S. A. (2022). Strategi Digitalisasi Ekonomi Kerakyatan. *Management & Accounting Expose*, 5 No 1, 11. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.633>
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Firdaus, R., Pasrizal, H., & Elsy, Y. (2021). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus: Bisnis Tenun Songket Pandai Sikek)*. https://www.academia.edu/100964180/PENGARUH_MARKETING_MIX_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN_Studi_Kasus_Bisnis_Tenun_Songket_Pandai_Sikek_

- Hidayanti, A. A., & Mandalika, E. N. (2023). PEARSON CORRELATION ANALYSIS OF PRODUCTION COSTS ON THE LAND AREA OF SALT FARMERS IN BOLO SUB-DISTRICT, BIMA DISTRICT. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Sains*, 4(1), 5–10.
- Hidayati, N. L. (2018). PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3).
- Islamiyah, K., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567–1572. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>
- Kusuma, D. T., & Utomo, H. (2020). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VENICE PURE AESTHETIC CLINIC SALATIGA. *Jurnal Among Makarti*, 13(2).
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND DIGITAL MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON EMINA PRODUCTS (CASE STUDY AT SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS). *Jurnal EMBA*, 3, 953–964.
- Ma'ruf, N., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JIMEA*, 8(2).
- Mayang Sari, F., Nur Hadiati, R., & Perinduri Sihotang, W. (2023). Pearson Correlation Analysis of Total Population and Number of Motorized Vehicles in Jambi Province. *Jurnal Statistika Universitas Jambi*, 2(1), 39–44. <https://doi.org/10.22437/multiproximity.v2i1.25568>
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). *WHAT MAKES A HELPFUL ONLINE REVIEW? A STUDY OF CUSTOMER REVIEWS ON AMAZON.COM I*. <http://ssrn.com/abstract=2175066>
- Nurcahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. In *RELEVANCE Journal of Management and Business* (Vol. 1, Issue 1).

- Nyoman Sri Manik Parasari, Dewa Gede Sanjaya Putra, I Made Chandra Mandira, & Putu Dyah Permatha Korry. (2024). Peran Digital Marketing, E-WOM, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Adhi Fashion Garment. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(8), 110–118. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Oktavianti, S. (2018). Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya (JMBS)* | (Vol. 16, Issue 4). <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs>
- Putri, F. S., Priyono, A. A., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Online di Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 987–995. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Ramadhan, T. A., Nugraha, F. Y. P., Cahyati, F. N., Luwinda, S., Rahmayanti Erinna Dian, & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 229–237. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>
- Rochis, Z., & Setiawan, M. B. (2024a). *Pengaruh Digital Marketing, Efektivitas Iklan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce di Era Digital* (Vol. 12, Issue 1). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan->
- Rochis, Z., & Setiawan, M. B. (2024b). *Pengaruh Digital Marketing, Efektivitas Iklan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Di Era Digital* (Vol. 12, Issue 1). <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/download/3740/1260>
- Sesandi, D. K., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2024). Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 21, 2. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Sri, N., Parasari, M., Dewa, I., Sanjaya Putra, G., Made, I., Mandira, C., Dyah, P., Korry, P., & Publik, A. (2024). Peran Digital Marketing,

- E-WOM, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Adhi Fashion Garment. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8 No. 8, 110–118. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>"
- Wardaya, A., Amarta, C. D., Nugroho, V. A., & Setiawan, P. A. (2022). *Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Loyalitas Pelanggan* (Vol. 4).
- Warokka, A. (2020). Digital Marketing Support and Business Development Using Online Marketing Tools: An Experimental Analysis. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1181–1188. <https://doi.org/10.37200/ijpr/v24i1/pr200219>
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). *Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus di UN Production)*.
- Tribunnews.com. 11 Desember 2024. Industri Kecantikan Menggeliat, 2024-2028 Diproyeksikan Naik 5,35 Persen Per Tahun. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/12/11/industri-kecantikan-menggeliat-2024-2028-diproyeksikan-naik-535-persen-per-tahun>
- Kalodata.com. Metriks Pendapatan dari Platform Tiktok Maybelline. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://www.kalodata.com/shop/detail?id=7494048773396071648&language=en-US¤cy=IDR®ion=ID>
- Topbrand-award.com. Data Penggunaan Produk Maskara Maybelline, Wardah dan La Tulipe pada Tahun 2020-2024. Diakses pada 6 Januari 2025, dari <http://www.topbrand-award.com/>
- Socialblade.com. Grafik Engagement Platform Tiktok Maybelline. Diakses pada 6 Januari 2025, dari https://socialblade.com/tiktok/user/maybelline_indonesia

- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Banis, A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitenning pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4788–4796. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1036>
- Putri, F. S., Priyono, A. A., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Online di Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 987–995. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Ghozali, I. (2008). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali , I., & Latan , H. (2015). Partial Least Squares konsep teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2014. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip 2015. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P dan Keller, L. 2016. Marketing Managemen, 15th Edition. Pearson Education, Inc.

- Susan M. Mudambi, D. (2011). WHAT MAKES A HELPFUL ONLINE REVIEW? MIS Quarterly, 34(1), 323–325.
<https://doi.org/10.1016/j.ica.2011.08.067>
- Sugiyama, K., dan Andree, T. 2011. The Dentsu Way. McGraw-Hill. New York.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <http://anyflip.com/xobw/rfpq/basic>
- Wardaya, A., Amarta, C. D., Nugroho, V. A., & Setiawan, P. A. (2022). *Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Loyalitas Pelanggan* (Vol. 4)