

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., Widyastuti, T. A. R., Suharyanto, C. E., Januru, L., Safii, M., Santioso, L. L., Aldin, M., & Faqihuddin, A. (2025). ***Pemberdayaan Media Cyber di Era Digital***. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Alimin, E., Eddy, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, S., Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., & Moonti, A. (2022). ***Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern***. Seval Literindo Kreasi.
- 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>
- Ananda, M. F., Furqoni, M. A. Al, Yusa, V. De, & Thaib, M. (2025). **Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare HALLOCA di Tiktok Shop**. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 185–193.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). **Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H. (2024). **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-commerce Shopee Pada Generasi Z**. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163–173.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). **APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang**. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2025). **Kota Surabaya Dalam Angka 2025 (Vol. 37). BPS Kota Surabaya**. <https://surabayakota.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/bd1f25e59ae790cc8a7c0c07/kota-surabaya-dalam-angka-2025>.
- Cindy, C., Rahayu, N. P. W., & Alam, I. A. (2025). **Pengaruh Bauran Pemasaran, Digital Marketing dan Direct Selling di Toko Cindy Jaya Furniture Terhadap Keputusan Pembelian**. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 123–144.
- Dasopang, N. (2024). **E-Commerce Bisnis Dan Internet**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i1>
- Fadel, A., Wasesa, A., Fitria Utami, A., & Laily Nisa, F. (2024). **Analisis Minat Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim Jurusan Ekonomi Pembangunan Semester 7 Tentang Perencanaan Setelah Lulus**. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(19), 64–73. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14038122>

- Faradita, P. A., & Widjanti, K. (2023). **Pengaruh Online Customer Review, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia.** *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 130–141.
- Febriantari, D. S., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. M. (2023). **Pengaruh Influencer Marketing, Application Quality dan Online Customer Review Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee.** *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3273>
- Gultom, P. (2024). **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa pada CV. Indo Prima Medan.** *Senashtek 2024*, 2(1), 336–342.
- Hayati, S., & Saputra, A. L. (2023). **Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah.** *Business Management*, 2(1), 49–53. <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). **Peran Influencer Marketing, Online Customer Review, dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram.** *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Hidayah, A. F. (2025). **Perilaku Belanja Online Gen Z Dalam Pembelian Kosmetik Melalui E-Commerce Shopee: Kasus Remaja Putri SMAN 1 Sukoharjo.** *Journal of Innovative and Creativity*, 5(1), 362–368.
- Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. (2024). **Implementasi Metode Regresi Linear Berganda untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik.** *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.35912/sakman.v3i2.2743>
- Ismail, A., & Kurniati, Y. (2022). **Bauran Pemasaran (Marketing Mix): Produk (Perspektif Konvensional Dan Syariah).** *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 4(2), 91–102.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). **Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut).** *Prismakom*, 18(1), 33–38.
- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). **Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya).** *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1635–1642. www.Dailysocial.id,
- Lie, D. (2022). **Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya** (A. Sudirman, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Makaba, K. A. (2024). **Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Shopee.** *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Jayakarta*, 6(1), 26–42.
- Maskhuliah, P., Rimosan, N. B. A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., & Nisa, M. M. K. (2025). **Konsep Dasar Pengukuran Dan Skala Dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka.** *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(01).

- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). **Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan.** *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 63–76.
- Muhamad, N. (2024, August 28). **10 Merek Paket Kecantikan Terlaris Periode 8.8 di E-Commerce, Lokal Mendominasi.** Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/66cebf788537d/10-merek-paket-kecantikan-terlaris-periode-88-di-e-commerce-lokal-mendominasi>
- Muin, A. (2023). **Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.).** CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Muspita, E. (2023). **Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Azwa Perfume Pekanbaru.** *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 4(1), 64–76.
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2023). **Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang).** *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Noviana, M., & Santoso, B. (2024). **Pengaruh Bonus Dapat Memotivasi Kerja CV. Auto Bearing Di Dalam Divisi Penjualan.** *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(2), 473–486.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). **Teori Perilaku Konsumen.** Penerbit Nem.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). **Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI).** *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450.
- Oktarienza, T., Sanjaya, V. F., & Oktarienza, T. and S. V. F. (2022). **Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam.** *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Wahuyo*, 3(1), 27–38. <http://jema.unw.ac.id>
- 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).
- Pratama, R. A., Prakasa, T. M., & Veri, J. (2025). **Transformasi Digital: E-Business Dan E-Commerce.** Fahmi Karya.
- Rahmadaningsih, S., & Surur, M. (2024). **Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion di Shopee: Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee di Provinsi Riau.** *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(3), 990–1006.
- Rosaliana, H. A., Priyono, A. A., & Arsyianto, M. T. (2024). **Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pelanggan Toko Roti Hilda Bakery Kota Batu.** *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2371–2379.

- Rosmaniar, A., Ratih, T., & Tamtomo, H. (2025). **From Scroll to Purchase: Dampak Social Media Marketing, Persepsi Label Halal, dan Gaya Hidup terhadap Pembelian Kosmetik Lokal di Kalangan Gen Z Surabaya.** *Jurnal Simki Economic*, 8, 507–518. <https://jiped.org/index.php/JSE>
- Rozi, A. (2021). **Strategi Pengambilan Keputusan dan Perencanaan Pemasaran.** *DESANTA (Indonesian of Interdisciplinary Journal)*, 1(2), 69–73.
- Rusmiati, W., & Tampenawas, J. L. A. (2023). **Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023).** *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 772–784.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). **Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital.** PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Satiawan, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). **Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok.** *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1–14.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). **Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi.** *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–311. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). **Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine pada Generasi Z: Studi Kasus Kabupaten Badung.** *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi (MEA)*, 8(3), 885–900. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4534> /
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Siti, M. (2023). **Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda.** *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102–110.
- Stansyah, M. R., Tegar, M., Seiya, S. A., & Choirunnisa, R. (2023). **Analisis Pengaruh Minat beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food.** *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49.
- Steven, S., & Rakhman, A. (2023). **Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Purchasing Decisions.** *Global Research on Economy, Business, Communication, and Information*, 1(1), 14–23.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). **Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.** *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi.** *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).

- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). **Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif**. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), 160–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Syahroni, M. I. (2022). **Prosedur Penelitian Kuantitatif**. *Jurnal Al-Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Tampubolon, J. R., Listyorini, S., & Budiarmo, A. (2025). **Pengaruh Online Customer Review Dan Influencer Marketing Terhadap Purchase Intention Bittersweet By Najla Di Kota Semarang**. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(2), 495–504.
- Tito, S. A. R. Z., Purba, A. R., Munthe, J. A., Nasution, A. A., Sitanggang, L. K., Siregar, O. M., & Sitorus, U. S. (2025). **Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Sumatera Utara)**. *Warta Dharmawangsa*, 19(1), 54–65. www.databoks.katadata.co.id,
- Wafa, I. (2025, September 23). **Produk Kecantikan Jadi FMCG Paling Untung di E-Commerce Indonesia 2025**. Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-kecantikan-jadi-fmcg-paling-untung-di-e-commerce-indonesia-2025-7eXhz>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wibowo, A. S. (2021). **Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai di Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Purwokerto**. *Journal Of Management Review*, 5(3), 655–663. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). **Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru**. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 5(2), 90–99.
- Wijaya, I. A., Choiriyah, F. U., & Wijiono, S. (2023). **Pengaruh Influencer Marketing, Labelisasi Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah**. *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–18.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi**. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Yonatan, A. Z. (2025, August 14). **Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Banyak Diakses di Indonesia 2025**. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0>