

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Malang, AE Publishing.
- AM Yusuf. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan. Prenada Media.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS" Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irmawartini dan Nurhaedah. (2017). *Metodologi Penelitian: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan: Badan Pengembanagan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Depok: Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Priyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing. Hal 1.
- Riadi, Edi. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. dan Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

Jurnal

- 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 (IJMMU)*, 8(3), 496-507.
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N., T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Permatangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38-49.

- Aida, W., Rohmah, R. A., & Prayogi, R. (2020). Pengaruh lingkungan Keluarga Terhadap Keterampilan Sosial Mahasiswa. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 76-84.
- Amalia, N., & Lubis, D. dan Muthohharoh, M. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui *Crowdfunding* Platform: Studi Pada Kitabisa.com. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 8(2): 181-195.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). ANALISIS FAKTOR STIMULI PEMASARAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA GENERASI Z. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2 SE-Articles), 115–120.
- Astuti, R, and A. P. Dewi. 2019. “THE INFLUENCE OF CONSUMER REVIEWS PRICES AND ONLINE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS IN FASHION CATEGORY IN SHOPEE (CASE STUDY OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA) Rini.” *International Conference proceeding*. 2(1): 95–104.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN, *journal of management Review* ISSN-P : 2580-4138 ISSN-E 2579-812X <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview> Volume 5 Number 1 Page (621-631).
- Cahya, Aminah, Rinaja, & Adelin. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 857-863.
- Chen, C., W. (2011). “*Statistical Analysis for Consumers’ Intensions of Purchasing Cosmetic*” pp. 8271-8276.
- Harahap, S., F., & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanamu. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 120-135.
- Hidayati, N., L. (2018). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018 ISSN: 2337-6708
- Limandono, J., A. (2017). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dengan *Sosial Media Marketing* Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Premayani, N. W., dan Yoga, G. D. 2019, Agustus. "Pengaruh Kewajaran Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah kebaya". *Jurnal Widya Manajemen*, 1 (2): 138-157.
- Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 5 No 1.

- Sahrir, Ahmad dkk. (2019). Pengaruh bauran pemasaran dan *word of mouth* (wom) terhadap minat beli ulang. (JUMBO) *Jurnal Manajemen Bisnis Organisasi* Vol. 3 No. 2.
- Solihin, S., dan Zuhdi, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore.com*. JIKES, Vol. 1, No. 1.

Skripsi

- Al Aradatin, Sulton Ali, Basthoumi Muslih, and Restin Meilina. (2021). “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)”. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 6. No. 1.
- Az Zahra, D. C., Kadunci, & Rosalina, E. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Content Marketing* TikTok @Azarinecosmetic terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Azarine di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Followers TikTok @Azarinecosmetic). 1-11.
- Nasution, J., R. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sumatera Utara.

Website

https://shopee.ee/1Vam4E3ijb?share_channel_code=2
<https://compas.co.id>
<https://www.instagram.com/noerabeautycare?igsh=NHV4ZjFpeWcxMGhz>
<https://www.tiktok.com/@noerabeauty? t=8jiY27eZYhD& r=1>