

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Setiawan, Yesi Septia Putri, Sheilla Gupita Sari, Astuti Utami, N. K. K. (2020). The Effect of Discounts, Electronic Word of Mouth (Ewom), and Price Towards Interest in Buying in E- Commerce. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 125–143.
- Agustin, C. A., & Hellianto, G. R. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee. 2(1), 39–52.
- Agustyan, R., & Baehaqi, M. (2020). Analisis Pengaruh Online Consumer Review, Warranty Product dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 240–250.
- Alibabanews. (2021). 10 Tren Industri Kecantikan Global 2021. Alibabanews. <https://id.alibabanews.com/10-tren-industri-kecantikan-global-2021/>, diakses pukul 19.34 WIB
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, L. A., & Gaudet, D. (2017). Marketing an introduction (C. O'Donnell. *Library and Archives Canada Cataloguing*.
- Auliya Maya Nur Lita, Z. F. A. Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada The Effect of Online Review, Trust on Web, Online Transaction Security, and Privacy Toward Repurchase Inten. *Jurnal EBBANK*, 10(1), 2019. 17–28.
- Badan Penerbitan UMK Kudus. 2023. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus, Kudus.
- BPS Kabupaten Kudus (2023, Maret 01). Banyaknya penduduk menurut Kelompok Umuer dan Jenis Kelamin di Kabupaten Kudus 2022. <https://kuduskab.bps.go.id/statictable/2023/03/01/381/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-kudus-2022.html>, diakses pukul 12.12 WIB.
- Compas.co.id (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, dakses pukul 23.00 WIB
- Databoks.katadata.co.id (2023). Awal 2023, Pengunjung E-Commerce Indonesia Menurun. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun>, diakses pukul 22.00 WIB

- Erica Yusy Fernandi, S. N. F. (2022). *pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap minat beli produk scarlett whitening*. 7.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Fernandi, E. Y., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 547–556.
- Fitria Halim, A. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. yayaan kita menulis.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ginantra, N. L. W. S. R. et al., 2020. *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. 1st ed. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. December.
- Graciafernandy, M. A., & Almayani, R. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97–106.
- Harsanto, B. (2013). *Dasar Manajemen Operasi*. Umpat Press. Sumedang.
- Hartono, H. R. A. and A. (2022). *Effects of Product Quality, Service Quality, Price, Familiarity, Reputation, and Application Quality on Shopee users' Purchase Intention*. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 2, 567–573.
- Hasena, Camelia, And Eko Sakapurnama. 2021. "Leveraging Electronic Word Of Mouth On Tiktok: Somethinc Skin Care Product Innovation To Increase Consumer Purchase Intention." *Hasanuddin Economics And Business Review* 5(1):19
- Hidayah, D. N. U. R. (2020). Pengaruh *E-Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Reputasi terhadap Minat Masyarakat menggunakan Produk Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Semarang).
- Ihsaniyah, A., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pada Produk Body Lotion Scarlett WhitenIng dengan Brand Image Sebagai Variabel.

- Indonesiabaik.id (2023). Orang Indonesia makin melek internet. <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna, diakses pukul 16.35 WIB>
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jaya, U. A., Bagja, S. I., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 33–42.
- Johan, S. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Purchase Intention of SK-II Skincare Products Brand in Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 530–535.
- Joko Susanto, H., & Muljadi. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Pelanggan Online Shop Bukalapak (Studi Pada Pelanggan Online Shop Bukalapak Karyawan Pt. Imexindo Intiniaga) Hadi Joko Susanto Program Studi Manajemen, Fakultas E. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1), 59–70.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kotler, P. (2015). Keller, Philip (2015). *Marketing Management*, 15.
- Kotler, P. (2018). *Principles of marketing*.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, eBook, Global Edition: Principles of Marketing*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hall. England: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th. New Jersey Edition: Pearson Pretice Hall*. Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ancarani, F. G., & Costabile, M. (2015). *Principi di*

marketing. Pearson Italia.

- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson London.
- Kotler, P., Keller, K. L., MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*.
- Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*, 40(3), 310–330.
- Kumparan.com (2022). Profil Perusahaan Scarlett Whitening yang dibangun Felicya Angelista. <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT/full>, diakses pada pukul 23.00
- Lailatul, U. dan. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi terhadap Mahasiswa pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akutansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76–88.
- Lavan abdullah. (2019). *The Effect of eWOM on Consumer Trust and Purchasing Intention online*.
- Lela Yunikartika, dan H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Beli Kuliner melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi Bisnis)*, 6(1), 212–230.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(2), 75–82.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Muninggar, D. A., Rahmadini, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). 3(1), 30–39.
- Ningsih, E. S. P. (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Perdana, N. A. A. (2022). Analisis Penetapan Harga Produk Skincare Merek

Scarlett di Bawah Harga Official Store Menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 (Studi Kasus Di Marketplace Shopee).

- Puspita, D. F., Harini, C., & Jalantina, D. K. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–10. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1939>
- Rahayu, A., Utama, D. H., & Novianty, R. (2021). *The Impact of Online Customer Reviews on Purchase Intention in Online Marketplace*. 187(Gcbme 2020), 471–477.
- Realmen shp.ee (2023). Scarlett Body Serum Loving/Happy/Jolly/Charming – Serum Badan. <https://shp.ee/dxa8f63>, diakses pukul 10.15 WIB
- Rina Anandita, Yedi Suryaningrat, dan T. Y. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom terhadap Kepercayaan. 8(2), 515–523.
- Risma Misnanto Putri, B. I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi kasus pada Perempuan di Surakarta). 4(2), 78–88.
- Sabila, B., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Scarlett Whitening Di Marketplace Shopee. *EProceedings...*, 9(4), 2237–2245. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18310/17889>
- Sari, D. M. F. P., & Mitafitrotin, M. (2020). Perceived price, product design dan online customer review terhadap purchase intention pada produk wardah di marketplace shopee mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 81–89.
- Sari, D. M. F. P., & Mitafitrotin, M. (2020). Perceived price, product design dan online customer review terhadap purchase intention pada produk wardah di marketplace shopee mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 81–89.
- Scarlett Whitening Official Store shp.ee (2023). Scarlet Whitening Body Serum Loving. <https://shp.ee/a5rqtmx>, diakses pukul 10.30 WIB
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior (11th Editi)*. New Jersey: *Global Edition*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Brewer, S. W. (2014). *Consumer behaviour: global and Southern African perspectives*. Pearson.

- Selvia, M., Tumbel, A. L., Djemly, W., Harga, P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis *The Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of The Faculty of Economics and Jurnal EMBA Vol 10 No . 4 Oktober 2. 10(4)*, 320–330.
- Setyawati, D., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Official Shop Scarlett Whitening Di Shopee. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 19(1), 107–119.
- Sonja Andarini, N. A. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. 3(5), 909–926.
- Sugiyono, S. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D. *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, S. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sulistya, R. (2021, August 12). Produk Kecantikan Lokal Makin Diminati. Retrieved From Republik.Co.Id: <https://www.Republika.Co.Id/Berita/Qxpyr8457/Produk-KecantikanLokal-Makin-Diminati>, diakses pukul 23.10 WIB
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2018). *Business research methodology for accounting and management*. Andi.
- Syarifah, E., & Karyaningsih, □. (2021). YUME: Journal of Management Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada. *YUME: Journal of Management*, 4(1), 235–244. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3343>
- Tiara Ramadhani, dan V. F. S. (2021). Pengaruh Rating dan Online Customer Review terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 155–174.
- Wikipedia.org (2023). Profil Kabupaten Kudus. https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kudus#Sejarah, diakses pukul 22.00 WIB.
- Yeh, C.-H., Lin, H.-H., Gau, Y.-L., & Wang, Y.-S. (2022). What drives

customers' purchase behavior in a click-and-mortar retailing context: a value transfer perspective. *Journal of Enterprise Information Management*, 35(6), 1658–1677.

Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS. (2022). Meningkatkan Minat Pembelian Menggunakan E-Commerce Shopee Melalui Iklan Dan Citra Merek Dimediasi Kepercayaan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *10(2)*, 590–596.

