

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Agus Wahyudi S. G. & Ni Putu Yeni A. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Prodi Manajemen FEB Unmas Denpasar (ed.)). CV. Noah Alethela.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Alfabeta (ed.)). Alfabeta.
- Aminudin, Indaryani, M., & Sutono. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Inovasi Produk Kemasan Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Sentra Souvenir di Desa Mulyoharjo Jepara. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(5), 1221–1232.
- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. (P. Pelajar (ed.)). Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian* (R. Cipta (ed.)). Rineka Cipta.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Beritasatu.com. (2022). *Industri Kecantikan Tumbuh Pesat Berkat Platform Digital*. <https://www.beritasatu.com/lifestyle/987919/industri-kecantikan-tumbuh-pesat-berkat-platform-digital>
- Camilleri, M. A., & Filieri, R. (2023). Customer satisfaction and loyalty with online consumer reviews: Factors affecting revisit intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103575>
- Darmawan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Databoks.co.id. (2022). *Data Produk Paling Banyak Dibeli di E-Comerce dan Toko Fisik*. Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>

- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas* (G. M. Aksara (ed.)). Gerbang Media Aksara.
- Eksananda, Annisa A & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 223–243.
- Ellysa, R. S. A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’licious) Ellysa. *Operations & Supply Management*, 12th Edition, 2(1), 51–60.
- Eti Indria Ningsih, M. Elfan Kaukab, Muhammad Gilang Maulana Aksa, M. A. M. A. (2024). *Apakah Customer Satisfaction Berpengaruh dalam Repeat Order Konsumen Produk CV. Yuasafood Berkah Makmur?* 4, 1–24.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Fawzi, M. et all. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In P. Books (Ed.), *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Qiara Media (ed.); Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Florencia, G. (2019). *Pentingnya Skincare Awareness di Usia Remaja*. Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/artikel/pentingnya-Skincare-awareness-di-usia-remaja>
- Gesitera, Y. M. G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173–194.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24 (Edisi 7)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guterres Riu, J. B., Udayana, I., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan “Scarlett Whitening.” *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 240–256.

<https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2295>

Hair. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey: Pearson.

Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial* (T. Grafika (ed.)). Trussmedia Grafika.

Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>

Ikft.Kemenperin. (2023). *Perkembangan Industri Kosmetik Nasional*. Ikft.Kemenperin.Go.Id. <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (U. Press (ed.); Edisi 1). Unitomo Press.

Infobrand.Id. (2023). *The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas dengan Harga Terjangkau*. INFOBRAND.ID. <https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkan-produk-Skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml>

Jian, Xuequn Wang, Jing Zhang, Songshan (Sam) Huang, X. L. (2022). Explaining customer satisfaction via hotel reviews: A comparison between pre- and post-COVID-19 reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 208–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.11.003>

Jobber & Ellis. (2016). *Principles And Practice Of Marketing*. McGraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong G, . (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L, . (2016). *Marketing Management. In Pearson Education Limited (15 Edition)*. Erlangga.

Kotler, A. & P. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (S. Empar

(ed.)). Salemba Empar.

Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Erlangga (ed.)). Erlangga.

Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, PublicRelations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Kencana (ed.)). Kencana.

KumparanBisnis.com. (2023). *Skincare China Dominasi Pasar, Bukti Nyata Algoritma Project S TikTok di RI?* KumparanBisnis. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/Skincare-china-dominasi-pasar-bukti-nyata-algoritma-project-s-tiktok-di-ri-20ooDZN0U3u/2>

Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce* (.p. 50 (ed.)). Mitra Abisatya. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>

Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia the Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Interests At the Scarlett Official Store At Shopee and Tokopedia). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–2489.

Li, X., Ma, B., & Bai, R. (2020). Do you respond sincerely? How sellers' responses to *online* reviews affect customer relationship and repurchase intention. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1). <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00086-2>

Lodi.id. (2023). *Bagaimana Laju Industri Kecantikan Saat Ini?* Lodi. <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>

Manuntung, A. (2018). *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Wineka Media.

Marei, Ahmad & AL-Haddad, Shafiq & Daoud, Luay & Habashneh, Ala & Fariz, Raed & Aldamisi, R. (2022). The impact of innovation on customer satisfaction in the commercial banks: Business performance as a mediating variable. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 887–894. <https://doi.org/DOI:10.5267/j.uscm.2022.3.006>

Medium.com. (2021). *Fakta Menarik Tentang Digital Marketing Indonesia*. Medium.Com. <https://medium.com/softwareseini/fakta-menarik-tentang-digital-marketing-indonesia-e690f4905fdc>

- Miles, J. A. (2012). *Management and Organization Theory* (F. edition. p. 193 (ed.)). Jossey-Bass.
- Nida, R. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei *Online* Pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2138–2146. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.453>
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & ... (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten *Jobman: Journal of ...*, 43–52. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/470>
- Nurdiana, N., Mayroza Wiska, & Dini Elida Putri. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Siswi Slta Di Kecamatan Sungai Rumbai). *Manajemen Dewantara*, 6(2), 225–235. <https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12738>
- Paramitha, P. A., Saerang, I. S., & Soegoto, A. S. (2019). *Pengaruh Inovasi dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening* 467. 7(4), 467–482.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk (Literatul Reviwe Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pratiwi, V. A., Yeyet Daryati, & Chintya Anggraeni. (2023). Pengaruh Ulasan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Korea Di Sparklelle Shop. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, 2(1), 20–50. <https://doi.org/10.58468/jambak.v2i1.62>
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id

- Putri, K. A. M. A. (2023). *Brand Image, Kepuasan Konsumen, dan Repurchase Intention: Konsep dan Aplikasi Dalam Studi Kasus “Kedai Kopi Kulo”* (M. P. Indo (ed.)). Media Pustaka Indo.
- Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., & Ardani, W. (2022). *Komunikasi pemasaran* (M. Silalahi (ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmawati, A., Muhtarom, A., Cahyono, P., & Yaskun, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada UMKM Kabupaten Lamongan (Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 33–49.
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja *Online* Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- Samosir, S. L. (2022). *Potensi Ekspor Bahan Alami Kosmetik*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-bahan-alami-kosmetik>
- Sari & Hasbi, I. A. G. P. P. & I. (2020). Pengaruh Brand Equity Dan *Online Consumer Review* Terhadap Purchase Intention Pada Produk Sunscreen Wardah. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 589. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p01>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. (K. P. M. Group (ed.)). Kencana Prenada Media Group.
- Setiobudi, A., & Audrey, P. V. (2021). Auditia Setiobudi, Priscilla Veliana Audrey / The Effect of Product Innovation to Repurchase Intention with Satisfaction as Mediation (A Study On Regional Typical Frozen Food Products). *Review of Management and Entrepreneurship*, 05, 1.
- Shopee.co.id. (2024). *Online Customer Review Official Store The Originote*. <https://shp.ee/bo0rpqb>

- Sibgatullah, M., & Sholahuddin, W. M. (2023). the Influence of *Online* Customer Review and *Online* Customer Rating on Interest To Repurchase in the Shopee Marketplace With Trust As an Intervening Variable. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 29(1), 1. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sidanta, K., Christian, B., Hadi, Angelia, W., & Istijanto, I. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Milenial pada E-Commerce di Indonesia. *Indonesian Business Review*, 5(2), 156–173. <https://doi.org/10.21632/ibr.5.2.156-173>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Kencana (ed.)). Kencana.
- Slamet, Riyanto. & Aglis, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. (C. B. Utama (ed.)). CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Kencana (ed.)). Kencana.
- Suryani, M., Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan *Online* Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Syariful, A. Y., Saparso, & Lumbantobing, R. (2023). The effect of product innovation and service quality on customer loyalty is mediated by customer satisfaction at PT KB Finansia Multifinance (Kredit plus) Tasikmalaya. *Enrichment : Journal of Management*, 13(1), 596–611. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1303>
- Tatael, M. V., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review *Online* Yang Di Mediasi Oleh Niat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen Es Cream Aice (Studi Pada Konsumen Milenial di Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 124. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39531>
- Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi Di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 59. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24404>
- The Originote.id. (2024). *The Originote*. <https://theoriginote.id/about>

- Tjiptono, F. P. D., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (C.V. Andi Offset. p. 170 (ed.); Edisi 4). C.V. Andi Offset.
- Ulfaida, N. I., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5743–5755. <https://www.yrpioku.com/journal/index.php/msej/article/view/3017>
- Wahyudi, T., & Handayani, B. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19, 1–7.
- Yasa, P. V. D. S. B. dan N. N. K. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus* (Media Pustaka Indo (ed.)). Media Pustaka Indo. https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Produk_Kepuasan_PELANGGAN_DAN_N/09izEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=getbook
- Yusuf, J. C., & Prayogo, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. *Jurnal Petra*, 9(1), 1–11. www.liputan6.com,
- Zusroni, E. (2021). *Perilaku Konsumen* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.