

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Hawa, E. F. 2023. *Digital marketing strategy for beauty products through beauty vlogger*. Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 63–67.
- Adhitya, F. 2022. *Pengaruh content marketing, online consumer review dan beauty vlogger terhadap keputusan pembelian online produk hijab Rabbani pada generasi Z di Kota Semarang*. EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, 10(2), 223–238.
- Afassy, R. D., & Salma, A. N. 2021. *Pengaruh konten review beauty vlogger Tasya Farasya terhadap brand image kosmetik Madame Gie*. *eProceedings of Management*, 8(6), 8998–9011.
- Afifa, F. Z., & Ambarwati, R. 2024. *Analisis beauty vlogger, produk halal dan citra merek terhadap minat beli kosmetik muslimah di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(1), 2077–2094.
- Afifah, N. 2019. *The influence of beauty vlogger's content on the purchase intentions of local brands in Indonesia*. GATR Journal of Management and Marketing Review, 4(4), 254–259.
[https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.4\(4\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.4(4))
- 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(3), 496–507.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. 2023. *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian vinyl flooring merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. Journal of Management & Business, 6(1), 492–503.
- Amelia, R. D., Michael, M., & Mulyandi, R. 2021. *Analisis online consumer review terhadap keputusan pembelian pada e-commerce kecantikan*. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, 2(2), 274–280.
- Ardhiyansyah, A., & Naomi, I. P. 2022. *Effect of online customer review, online customer rating, online trust, and price on interest to buy marketplace in Indonesia*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), 21(3), 195–211.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. 2019. *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2), 55–66.
- Arianto, A. 2023. *Manajemen pemasaran*.
- Astuti, S. M. K., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. 2021. *Analisis pengaruh celebrity endorse, beauty vlogger, word of mouth, dan brand image terhadap minat beli produk Emina (studi pada masyarakat Kota Yogyakarta)*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(1), 53–62.
- Ayu, N. B., & Gunawan, F. E. 2022. *The influence of beauty vlogger on purchase intention of netizens in social media*. Journal of Positive School Psychology, 6(3).
- Azis, A. N., & Sofyan, A. 2021. *Hubungan antara daya tarik iklan Instagram Nah Project dengan keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 1(1), 17–22.

- Aziz, I. A. 2022. *Pengaruh customer review, customer rating, harga, dan etika bisnis Islam terhadap minat beli produk fashion pada marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII angkatan 2017–2019)*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2025. *Profil perempuan Kabupaten Cilacap 2025. BPS Kabupaten Cilacap*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2026. *Wajah digital Cilacap: 75 persen penduduk kini aktif menggunakan internet. BPS Kabupaten Cilacap*.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. 2023. *Efek mediasi minat beli pada keputusan pembelian make-up*. Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21(2), 192–209.
- Chen, C., Chen, L., Cahyadi, W., & Batubara, R. W. 2025. *The influence of social media, beauty vlogger reviews and brand image on buying interest in Wardah cosmetic products*. Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA), 12(2), 25–42.
- Dinanti, N. A., & Irmawati, I. 2024. *The influence of online customer reviews and online customer ratings on interest in purchasing products on Shopee with trust as a mediation variable*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.12010>
- Doloksaribu, W. S. A., & Purba, M. I. 2024. *Analysis of viral marketing, online customer review and brand awareness on purchase decisions on TikTok social media*. COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, 7(5).
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. 2018. *Pengaruh YouTube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada pengguna kosmetik Maybelline di Indonesia)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 63(1), 187–196.
- Enre, A., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. 2020. *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian CV Obor Pematangsiantar*. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 4(1), 322–332.
- Euromonitor International. 2023. *Beauty and personal care in Indonesia. Euromonitor International*. <https://www.euromonitor.com>
- Febri, I., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. 2021. *Respon konsumen pada e-service quality, online customer review, dan e-trust terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee*. MANDAR: Management Development and Applied Research Journal, 4(1), 98–105.
- Febrianti, Y. P., Survival, S., & Anam, C. 2025. *Pengaruh endorsement influencer dan online customer review terhadap minat beli serta implikasinya pada keputusan pembelian: Studi pada Rumah Makan Mandarin 28 Tretes, Pasuruan*. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan, 5(2), 615–629.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (Edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Forbes, K. 2016. *Examining the beauty industry's use of social influencers*. Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, 7(2), 78–87.
- Ghozali, I. 2018. *Model persamaan struktural: Konsep dan aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- GoodStats. 2025. *10 Brand pelembap wajah terlaris di Shopee Indonesia Q2 2025, mana favoritmu?* GoodStats. Diakses 20 Juli 2025.
<https://data.goodstats.id>
- 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.
- Guo, J., Wang, X., & Wu, Y. 2020. *Positive emotion bias: Role of emotional content from online customer reviews in purchase decisions*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101891.
- Hadinata, D. R., & Haryanti, S. 2022. *Pengaruh kesadaran merek, citra merek, status pionir terhadap minat beli jasa reservasi hotel online*. Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, 20(1), 99–107.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2019. *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2022. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Hakim, L. A. A. 2024. *Analysis of consumer buying interest, which is influenced by online customer reviews and price consciousness*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2).
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i2.2482>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. 2019. *Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. 2022. *Pengaruh direct marketing dan product quality terhadap minat beli ulang pada live streaming marketing TikTok (Studi pada pengguna aplikasi TikTok di Kota Medan)*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184.
<https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.309>
- Hidayat, A. 2021. *Tutorial partial least square dalam PLS-SEM menggunakan SmartPLS*. Statistikian.
- Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Catyanadika, P. E. 2021. *Consumer trust as the antecedent of online consumer purchase decision*. *Information*, 12(4), 145.
- Hidayati, N. L. 2018. *Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian Shopee di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2), 77–84.
- Iba, Y., & Wardhana, A. 2024. *Structural equation modeling berbasis variance (SEM-PLS): Konsep, teknik analisis, dan aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Irvanto, O., & Sujana, S. 2020. *Pengaruh desain produk, pengetahuan produk, dan kesadaran merek terhadap minat beli produk Eiger (Survey persepsi komunitas pecinta alam di Kota Bogor)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Jacoby, J. 2002. *Stimulus-organism-response reconsidered: An evolutionary step in modeling (consumer) behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51–57.
https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1201_05

- Jaya, U. A., & Mutiara, A. 2022. *Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pada pembelian PT Shopee International Indonesia di Kota Sukabumi*. Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan, 2(5), 383–392.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. *Intisari manajemen pemasaran (Edisi keenam)*. Yogyakarta: Andi.
- Kurniawan, B. 2021. *Pengaruh online customer reviews dan rating terhadap minat pembelian di Lazada*. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 121–129.
<https://doi.org/10.35473/jibaku.v1i2.1076>
- Likty, M. T., & Singagerda, F. S. 2025. *Faktor customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian Shopee*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 6(2), 497–508.
<https://doi.org/10.35912/jakman.v6i2.3981>
- Liputan6. 2024. *Fantastis, industri kecantikan Indonesia bisa raup Rp 142 triliun di 2024*. *Liputan6.com*.
- Listiara, Y., Yudhiantoro, D., & Suryono, I. A. 2023. *Pengaruh beauty vlogger, kualitas produk, dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 21(2), 157–172.
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. 2023. *Fenomena beauty vlogger pada perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi Yogyakarta*. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1–15.
<https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>
- Malini, H. 2021. *The influence of beauty vloggers, brand image, and product quality on lipstick purchase decisions*. *KELUWIH: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 58–68.
- Marlius, D., & Jovanka, N. 2023. *Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji*. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Maulida, I., Purwanto, H., & Apriyanti, A. 2022. *Pengaruh kepercayaan dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi empiris pada milenial Kota Madiun)*. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, Universitas PGRI Madiun*.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. 1974. *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Miranti, A. R. 2021. *Pengaruh online consumer review, e-service quality, content marketing dan Islamic business ethics terhadap perilaku pembelian konsumen pada seller marketplace Shopee*. Disertasi Doktor, IAIN Kudus.
- Mufidah, S., & Asytuti, R. 2024. *The effect of beauty vlogger, halal label, product quality and brand image on purchasing decisions for Avoskin skincare for Muslim consumers in Pekalongan Regency*. *International Conference on Islamic Economics (ICIE)*, 1, 672–681.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. 2020. *Pengaruh potongan harga dan bonus terhadap pembelian konsumen minimarket Indomaret Serbelawan*. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.

- <https://doi.org/10.36985/db6grv78>
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. 2021. *Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening*. Journal of Management and Digital Business, 1(2), 122–134.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Novianti, N., & Saputra, A. 2023. *Pengaruh kualitas produk, minat beli dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Minimarket Victoria Tiban*. ECo-Buss, 6(1), 66–78.
- Nurasmi, N., & Andriana, A. N. 2024. *Pengaruh peran beauty vlogger, electronic word of mouth (E-WOM), dan brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific di Samarinda*. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 4901–4920.
- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. 2021. *Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di masa pandemi COVID-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening*. Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 11 (2), 232–246.
- Paramita, P. D., Santosa, I., & Wijaya, I. K. G. 2021. *Metodologi penelitian: Konsep dan aplikasi dalam penelitian*. Denpasar: Universitas Udayana Press.
- Patrisya, F., Afifah, N., & Purmono, B. B. 2025. *Mediasi FOMO: Pengaruh influencer dan online review terhadap purchase decision produk The Originote*. Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK), 5(1), 186–195.
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz, M. 2021. *Pengaruh dukungan selebriti, konten iklan, dan ulasan online terhadap keputusan pembelian produk pakaian dengan minat beli konsumen sebagai variabel intervening*. Diponegoro Journal of Management, 10(6), 1–12.
- Pratiwi, E. D., & Lestari, W. D. 2025. *Pengaruh diskon, live TikTok, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk kecantikan melalui aplikasi TikTok Shop dengan minat beli sebagai variabel intervening*. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 6(4), 6825–6842.
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku konsumen dalam bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. 2021. *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) analysis for social and management research: A literature review*. Journal of Industrial Engineering & Management Research, 2(4), 114–123.
<https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4.168>
- Putra, E. 2021. *Pengaruh beauty vlogger dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada masyarakat Kinali*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 5(2), 459–467.
- Putra, J. S., & Junaedi, S. 2020. *Pengaruh celebrity endorsement pada niat beli (studi pada iklan minuman Indomilk Good To Go dengan endorser atlet bulutangkis)*. E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rahayu, C. T. 2021. *Analysis of the effect of word of mouth, religiosity and purchase decisions of alcoholic beverages with interest as a mediation variable*. Journal of Islamic Economic Laws, 4(2), 67–87.

- Ramadhan, F., Muchtar, M., & Hafid, H. 2021. *Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace*. FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 23(3), 405–412.
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. 2022. *Pengaruh online customer review, online customer rating, dan customer trust terhadap customer purchase decision FCoffee & Roastery Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(1), 891–899.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sabillah, F. S. 2024. *Pengaruh word of mouth dan online review terhadap minat beli konsumen pada produk Camille Beauty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen Camille Beauty Kota Malang*. Disertasi Doktor, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Safira, D., & Afriani, N. 2021. *Pengaruh YouTube beauty vlogger Suhay Salim terhadap perilaku imitasi siswi SMKN 20 Jakarta*. Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMASKAM), 3(2), 1–16.
<https://doi.org/10.31599/komaskam.v3i2.762>
- Saputra, S. A., & Singgih, M. N. 2019. *Pengaruh rating di aplikasi Tokopedia dan Bukalapak, jumlah followers Instagram dan electronic word of mouth terhadap keputusan membeli*. MBR (Management and Business Review), 3(2), 124–132.
- Sariyati, N., Nuryanto, G., & Rizki, A. O. 2024. *Determinan keputusan pembelian produk skincare Avoskin Beauty melalui minat beli sebagai variabel intervening*. Journal of Trends Economics and Accounting Research, 5(2), 163–172.
- Stevani, A., & Aminah, S. 2022. *Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan Sidoarjo*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(2), 1058–1071.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2069>
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. 2019. *Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger Suhay Salim terhadap proses keputusan pembelian produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks (studi pada penonton YouTube “Freeman Masks Collection Review” akun Suhay Salim)*. eProceedings of Management, 6(2).
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. 2023. *The influence of online customer review and store rating on interest in purchasing Whitelab products in Tokopedia marketplace in Generation Y*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(5), 5743–5755.
- Von Helversen, B., Abramczuk, K., Kopeć, W., & Nielek, R. 2018. *Influence of consumer reviews on online purchasing decisions in older and younger adults*. Decision Support Systems, 113, 1–10.
- Vritimes. 2024. *Shopee, Skintific, dan perebutan tahta pasar pelembap Indonesia*. Vritimes.
<https://www.vritimes.com>
- Wibowo, N. A., & Safitri, K. 2022. *Trust memediasi online customer review dan rating terhadap minat beli melalui marketplace Shopee*. Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11(4), 201–207.

- Widiastuti, T. 2019. *Teenage perception towards the role of beauty vlogger in the effort to develop buying interest*. Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication, 9(1), 1–13.
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. 2023. *Analisis keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap voucher gratis ongkos kirim e-commerce Shopee Indonesia*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 4(5), 678–685.
- Widodo, W. D. P. S., & Mawardi, M. K. 2017. *Pengaruh beauty vlogger terhadap source characteristics serta dampaknya terhadap purchase intention*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 47(1), 63–69.
- Yosi Inkasari, N., Haifa, H., & Maspufah, H. 2024. *Pengaruh harga, online customer review dan content marketing terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada marketplace TikTok Shop di Jember*. JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika, 5(2), 186–205.
<https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v5i2.1336>