

REFERENSI

- Abdjul, F., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 10(3), 225-236. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Abdurrahim, A., & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 42-47. From <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk/article/view/6898/5468>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25-31. doi:<https://doi.org/10.35797/jab.v10.i1.25-31>
- Amir, M. (2018). Jurnal Nobel. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar*, 15(3), 515-526. From <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/322>
- Ammah, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Testimoni Pada Klinik Kecantikan Msglow Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1600-1609. From <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/42604/37051>
- Ardian, N. (2019). Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(2), 119-132. From <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/597>

- Armstrong, G. M., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education South Asia Pte Limited.
- Armstrong, G. M., Kotler, P., Adam, S., Denize, S. M., & Volkov, M. (2017). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Armstrong, G. M., Kotler, P., Adam, S., Denize, S. M., & Volkov, M. (2017). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_ta Di Masa Pandemi. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135-146. From <https://bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/2418>
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_ta Di Masa Pandemi. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135-146. From <https://bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/2418>
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_ta Di Masa Pandemi. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135-146. From <https://bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/2418>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224. doi:<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

- Chan, A., & Astari, D. (2023). The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 6(2), 225-233. From https://www.researchgate.net/publication/344379043_The_Analysis_of_Content_Marketing_in_Online_Fashion_Shops_in_Indonesia
- Christine, C. E., Fitriano, A., Halim, R., & Steven. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Karya Furnindo Modern. *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA)*, 6(2), 1002-1010. doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2110>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Indonesia: GUEPEDIA.
- Darmajaya, I. B., & Sukawati, T. G. (2019). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374-1400. From <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/41574/28370>
- Denize, S. M., Volkov, M., Kotler, P., Armstrong, G. M., & Adam, S. (2017). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. *STREAMING Jurnal Manajemen*, 1(2), 54-62. From <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/streaming/article/view/1594/521>
- Dewi, I. R. (2022, June 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* From CNBC Indonesia:

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>

- Dewi, R. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *e-Journal Administrasi Bisnis*, 7(4), 409-423. From <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/2862/pdf>
- Dhini, V. A. (2022, July 19). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Dhinni, V. A. (2022, April 12). *Tokopedia, E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak pada 2021*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/12/tokopedia-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-pada-2021>
- Diantari, N. E., & Jokhu, J. R. (2021). The Impact Of Instagram As A Social Media Tool On Consumer Purchase Decision On Nike. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-12. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/jimb.v7i1.10743>
- Fadli, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393-2399. doi:<https://doi.org/10.35335/mantik.v6i2.2811>
- Fatimah, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di PS. Store Medan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(1), 296-304. From <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah/article/view/9344>
- Fauziah, N., & Mubarok, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Journal IMAGE*, 8(1), 37-44. From

<https://scholar.archive.org/work/6lehuptowredhn56yavgxvttoi/access/wayback/https://ejournal.upi.edu/index.php/image/article/download/22686/pdf>

Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Journal IMAGE*, 8(1), 37-47. From <https://ejournal.upi.edu/index.php/image/article/view/22686>

Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1-14. doi:<https://doi.org/10.36987/ecobi.v5i2.49>

Genoveva, G. (2022). Tiktok Platform Opportunity: How Does It Influence SMEs Brand Awareness Among Generation Z? *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*, 5(3), 273-282. doi:<https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i3.273-282>

Genoveva, G., & Samukti, D. R. (2020). Green Marketing: Strengthen The Brand Image And Increase The Consumers' Purchase Decision. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 367-384. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.004>

Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). The Influence Of Brand Image, Halal Label, And Halal Awareness On Customers Purchasing Decision Of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara : Jurnal Ilmu Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 355-365. doi:<https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gifani, A., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 10(2), 81-94. From <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/86/48>

- Gilliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419-425. From <https://www.ijisrt.com/the-effect-of-product-quality-price-and-promotion-on-the-purchase-decision-of-telkomsel-service-products>
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Repurchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40-57. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis*. United States: Cengage Learning.
- Halik, A., & Nugroho, M. (2022). The Role Of Consumer Delight Moderating The Effect Of Content Marketing And Price Discount On Online Shopping Decision And Loyalty Of Generation Z. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 37(1), 35-54. doi:<http://dx.doi.org/10.24856/mem.v27i01.2259>
- Haris, T. S., & Laena, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Layanan Purnajual Terhadap Citra Merek Handphone Samsung Di 6 (Enam) Gerai/Toko Penjual Handphone Di Kecamatan Unaaha. *Satukata: Jurnal Sains, Teknik Dan Kemasyarakatan*, 1(2), 71-76. From <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SATUKATA/article/view/644/531>
- Harisno, H., & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT (Communication & Information Technology) Journal*, 12(1), 13-18. doi:<https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.2089>

- Hertina, D., Novtrianti, N., & Sukmawati, S. (2022). Analysis of buying decision levels based on brand image, price, and digital marketing. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS ECOSYSTEM & STRATEGY*, 4(1), 87-94. doi:10.36096/ijbes.v4i1.313
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yang Menggunakan Masker Wajah mustika Ratu Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(2), 1-11. From <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17475/16728>
- Hidayat, A., Nanang, Wayu, M. F., Andriyano, L. P., & Samudra, Y. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dan E-Commerce Dengan Memanfaatkan Teknologi Internet Untuk Menambah Ide Kreatif Siswa Di Smk Yapinktek. *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 13-19. From <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kommas/article/view/15118>
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *E-Qien : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 195-202. doi:<https://doi.org/10.34308/eqien.v10i1.507>
- Hidayatullah, F., Putra, K. A., Rahman, R. A., & Mulawarman. (2021). Mediatisasi Belanja Online Shop (Shopee) Melalui Teknologi Media. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 34-45. From <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/10355/8008>
- Jayani, D. H. (2021, November 10). *E-Commerce Jadi Pendorong Utama Ekonomi Digital Indonesia pada 2021*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/10/e-commerce-jadi-pendorong-utama-ekonomi-digital-indonesia-pada-2021>

- Jayani, D. H. (2021, October 27). *Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-kesehatan-dan-kecantikan-paling-laku-saat-pandemi>
- Jayani, D. H. (2021, May 24). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Khairunnisa, E. I., & Genoveva, G. (2019). The Influence of Brand Equity Towards Purchase Decision (Case Study of Korean Cosmetics Innisfree in Jabodetabek). *Manajemen Bisnis Kompetensi*, 14(1), 45-60. From <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/MB/article/view/1788>
- Kumala, F. O., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 6(1), 1-10. From <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Kumampung, D. R. (2020, January 23). *Survei: Generasi Z Rela Habiskan Uang demi Merawat Kecantikan*. From Lifestyle Kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/01/23/153536320/survei-generasi-z-rela-habiskan-uang-demi-merawat-kecantikan>
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 1-7. doi:<https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20968>
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic

products. *International Journal Of Research In Business And Social Science*, 11(2), 67-73. doi:<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2019). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm -- Student Value Edition*. United Kingdom: Pearson Education.

Lazada. (n.d.). From Lazada :
<https://www.lazada.co.id/?spm=a2o4j.tm80150940.header.dhome.668e4516bPRXDY#>

Lela, N., Hidayat, S., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Banjaran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2334-2341. doi:<https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.810>

Lou, C., & Xie, Q. (2021). Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty. *International Journal of Advertising*, 40(3), 376-402. doi:10.1080/02650487.2020.1788311

Maisyaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan Facebook Terhadap Minat Beli Siswadi Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1-12. From <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2/1>

Marvianta, Y. A., & Saputra, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian Mobil Diecast. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 3356-3365. From <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/3403>

Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Pada Mahasiswa Itb

- Nobel Indonesia. *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 29-41.
From <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3446/1722>
- 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. From <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73-84.
doi:<https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Mulia, N. Y., & Utamaningsih, A. (2021). Pengaruh Minat Beli, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Ds Cafe Aceh. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 137-140. From <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/506/pdf>
- Napawut, W., Siripipatthan, S., Phayaphrom, B., Siripipattanakul, S., & Limna, P. (2022). The Mediating Effect of E-WOM on the Relationship Between Digital Marketing Activities and Intention to Buy Via Shopee. *International Journal of Behavioral Analytics*, 2(2), 1-13. From <https://ssrn.com/abstract=4047441>
- Napitu, R., Sriwiyanti, E., & Munthe, R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2), 154-165.
doi:<https://doi.org/10.51195/iga.v12i2.203>
- Nihlah, Z., Latuihamallo, D. W., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek, Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel

- Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah Di Universitas Diponegoro). *Seminar Nasional IENACO*, 462-469. From <http://hdl.handle.net/11617/9815>
- Nihlah, Z., Latuihamallo, D. W., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek, Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah Di Universitas Diponegoro). *Seminar Nasional IENACO*, 462-469. From <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/9815/IENACO%20064.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Oktavenia, K. A., & Ardani, I. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemeditasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374-1400. doi:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i03.p08>
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney+Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL SIGNAL*, 10(1), 124-138. doi:<http://dx.doi.org/10.33603/signal.v10i01.7005>
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney+Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Signal*, 10(1), 124-138. doi:<http://dx.doi.org/10.33603/signal.v10i01.7005>
- Pektas, S. Y., & Hassan, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Jurnal of Tourismology*, 6(1), 79-98. doi:10.26650/jot.2020.6.1.0011
- Prasetya, A. Y., & Astono, A. D. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line

- Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 138-151. doi:<http://dx.doi.org/10.36694/jimat.v12i2.357>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putih, P. S., & Wardhani, N. I. (2022). Dampak Minat Beli pada Platform ShopeeFood. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 529-537. doi:<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2406>
- Qothrunnada, K. (2022, May 23). *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. From detikFinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>
- Rahmadani, U., Yusril, M., & Arman. (2022). Pengaruh Produk, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Scarlett(Survei Pada Toko Pengecer Di Bangkinang Kota). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 124-135. doi:<https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i1.123>
- Renaldi, R., & Arnu, A. P. (2022). Peranan Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan GenZ Memilih Menggunakan OVO. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 5(2), 131-145. doi:<https://doi.org/10.32500/jematech.v5i2.1895>
- Rizaty, A. M. (2021, October 5). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Rizky, M. (2022, July 11). *Perkembangan E-commerce Indonesia Tahun 2022 Naik 31%, Ini Kata Gubernur BI!* From Warta Ekonomi: <https://wartaekonomi.co.id/read428290/perkembangan-e-commerce-indonesia-tahun-2022-naik-31-ini-kata-gubernur-bi>

- Rokhamawati, H. N., Kuncorawati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515-526. doi:<https://doi.org/10.47492/jih.v11i1.1699>
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 10(11), 1-11. From <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/article/view/8293/5354>
- Sanjaya, Y. C. (2022, September 16). *Mengenal Generasi Z dan Karakteristiknya* Halaman all - Kompas.com. From Lifestyle Kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/16/205141620/mengenal-generasi-z-dan-karakteristiknya?page=all>
- Saputra, I. A., Soewarno, N., & Isnalita. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kegiatan Bisnis Berbasis E-Commerce. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 32-51. doi:doi.org/10.18382/jraam.v4i1.003
- Saragih, H., & Sitohang, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE LAZADA (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Methodist Indonesia). *Jurnal Ilmiah Smart*, 5(2), 387-394. From <https://ejournal.stmb-multismart.ac.id/index.php/JMBA/article/view/250/240>
- Sari, R. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Di Kota Medan. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 282-291. From <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam/article/view/147/110>

- Sari, Y. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Tunas Dwipa Matra Bandar Lampung. *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, 3(2), 1-9. From <http://www.jurnal.umitra.ac.id/index.php/JATA/article/view/887>
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 398-408. doi:<http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3609>
- Setiana, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Ikan Asap Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Sentra Ikan Asap Di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan). *Jurnal Equilibira*, 9(1), 40-53. doi:<https://doi.org/10.33373/jeq.v9i1.4271>
- Setiana, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Ikan Asap Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Sentra Ikan Asap Di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan). *Jurnal Equilibira*, 9(1), 40-53. doi:<https://doi.org/10.33373/jeq.v9i1.4271>
- Setyawati, D., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Official Store Scarlett Whitening Di Shopee. *Relasi Jurnal Ekonomi*, 19(1), 107-119. From <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/relasi/article/view/665/592>
- Siringoringo, L. (2021, June 2). *Belanja digital generasi Z meningkat di kala pandemi, apa saja yang dibelanjakan?* From industri kontan: <https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-di-kala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjakan>
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus*

Manajemen Bisnis, 12(1), 54-65. From
<http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus/article/view/5802/2655>

Situmorang, I. L., Jushermi, & Marhadi. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 72-86. From
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/12298/11943>

Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1), 21-34. From
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sukarno, P. A., & Dewi, F. S. (2019, August 9). *Industri Kecantikan Indonesia, Pasar yang Terus Menggelembung*. From Teknologi:
<https://teknologi.bisnis.com/read/20190821/266/1139365/industri-kecantikan-indonesia-pasar-yang-terus-mengelembung->

Syahrivar, J., & Ichlas, M. (2018). The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions? *The Asian Journal of Technology Management*, 11(1), 57-69. doi:<http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.1.5>

- Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 16(3), 284-296. From <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi/issue/download/819/216>
- Utamanyu, A. R., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Jurnal SCRIPTURA*, 12(1), 58-71. doi:<https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). Customer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 103-112. doi:<https://doi.org/10.25217/srikandi.v1i2.2027>
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Axiata Di Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OFMANAGEMENT*, 6(2), 1-11. From <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17492/16744>
- Widyanto, H. A., & Agusti, C. R. (2022). Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z? *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 1-16. doi:<https://doi.org/10.25105/jmpj.v13i1.5453>
- Wilson, L. (2019). *30-Minute Website Marketing: A Step By Step Guide*. United Kingdom: Emerald Publishing Limited. doi:10.1108/9781838670788
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 11-18. doi:10.36226/jrmb.v3i1.81

Yusuf, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.
Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7(1), 17-23.
doi:<http://dx.doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>