

DAFTAR PUSTAKA

- Afisa, M., & Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 121
- Agesti, N., Mohammad, :, Ridwan, 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*, 496-498.
- Agustina, rennie, Hinggo, H. tachta, & zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelaian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 434-440.
- Andini, R. I., Ginting, P. T. K., Nabila, A., Mardelena, P., & Natasya, E. S. (2025). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daviena Skincare Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 3, 52.
- Antika, W., & Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh Media Sosisal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik. In *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains* 2(2), 427
- Arafah, R., & Fadhillah, M. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Paracetamol Syrup Pasca Penarikan Obat PT.Afifarma oleh BPOM. *Jurnal Ilmiah JIMEA*, 659.
- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian di Umaha. *Jurnal Ecopreneur*, 4(2), 173-177.
- Asianti Nainggolan, R., Humala Sitorus, D., Putera Batam, U., & Soeprapto Muka Kuning, J. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee di Kota Batam*, 23(2), 51-56.
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). *Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*, 6492.
- Effiyaldi, pasaribu, J. P. K., & Suratno, E. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jumanage*. 25.

- Fadiyah Arsyah, A., Rachma Juliag, A., Putri Wahyu Purwida, E., Halimatus Sakdiyah, S., & Konsumsi Skincare pada Wanita, P. (n.d.). Perkembangan Konsumsi Skincare Pada Wanita. In *Journal Beauty and Cosmetology (JBC)*, 5(2), 38.
- Galuh Pramesti, L. P., Aryati, I., & Hamidah, R. A. (2023). Keputusan Pembelian Ditinjau dari Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2836.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* (edisi 9). Semarang : Badan Penerbit Universitas diponegoro, 106.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Penelitian Tata Niaga*, 82.
- Isnawati, L., & Ravida, V. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merk & Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda PAda Pengeudi Gojek di Surabaya, Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 120.
- Kholija, N. (2024). Pengaruh Content Marketing , Review product dan Brand Ambassador di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Cosmetics di Kecamatan Tuah Madani, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22-81.
- Komalasari, D., & Khatimah, H. (2022). Pengaruh Brand Image & Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. In *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(1), 19-29.
- Kustini, N. I. (2011). Experiental Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Business and Accountancy Ventura*, 14(1), 23.
- Loindong, A., Tewal, B., Sendow, G., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). pengaruh Locus of Control dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 11(4), 122.
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 109-1094.

- Mileno, G. J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Produk Review Terhadap Minat Beli Serta dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Brand Miyagiri Di Surabaya, 3-10.
- Muchtar, M. I., Akbar, R., & Pratama, M. R. (2024). Pengaruh Brand Trust, Promosi Media Sosial dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Permen Relaxa di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 721.
- Mutya Afisa, & Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210-220
- Nurhafizah, I., Adji Kusuma, K., & Sukmono, R. A. (2025). Pengaruh Viral Marketing, *Brand Ambassador*, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Live* Tiktok Shop. *Jambura Journal of Educational Management*, 6, 191-193.
- Nurhaifa, Stiadi, M., & Titing, A. S. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Perempuan di Universitas Sembilan Belas November Kolaka). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5, 834-941.
- Nurul, A., Faris, A., Seyma, Q. N., Soegiarto, A., Anugrah Imsa, M., & Kholik, A. (2025). Pengaruh Kredibilitas Konten TikTok @dokterdetektif terhadap Minat Beli Produk Skincare. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 497-498.
- Pradana, M., Anggriani, ida, & Rahman, A. (2023). Faktor-FaktorYang Mempengaruhi KeputusanKonsumen Menggunakan Jasa Pada LPK Barokah Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review*, 573.
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Stie Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 473.
- Rahmawati, E., & Hendra Saputro, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 221.
- Rodrick, P. J., Muhammad, A. R., & Wanda, A. S. (2024). Tren overclaim dalam iklan industri kecantikan: Analisis etika terapan pada produk skincare di Indonesia. *Journal of Social Community*, 9(14), 505.

- Rohman, A., & Rakhmawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pembeli Hafez Restorer di Media Sosial Tiktok. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1785.
- Safitri, D. B., Indira, H., & Chaniago, H. (2025). Pengaruh Overclaim Produk Skincare terhadap Brand Image di Era Digital Platform Tiktokshop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 1484.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan review beauty vlogger terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Among Makarti*, 15(1), 70.
- Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Jakarta: Prenadamedia Group, 323-335.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis : pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D*. Alfabeta, 312.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.; Cetakan 11). Alfabeta, 81-276.
- Syafitri, ria. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk BrunBrun Paris Plaza Medan Fair, 01-02.
- Utami, A. R. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust. dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Semut Semedo Manise, 08-66.
- Wibawa, L. (2022). Implementasi Pengembangan SDM Dalam Upaya Meningkatkan Kompetensi Kinerja Karyawan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 21.
- Wulandari, M. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*, PT Kimshafi Alung Cipta, 42.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96.
- Yusuf, R., & Hendrayati, H. (2024). Brand Trust dalam Perspektif Konsumen : Sebuah Systematic Literature Review Terhadap Faktor dan Implikasinya. In *Jurnal Eko-Bisma* 3(2), 329.