

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Buku :

- Achmad, B., & Djaslim, S. (2010). *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Bandung. CV. Linda Karya.
- Ali, & Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, & Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- AMALIA, A. (2019). *Analisi Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Salatiga* <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5625/>
- Arief Rakhman Kurniawan. (2018). *Dasar-Dasar Marketin; Segala Hal Tentang Marketing & Sales*. Yogyakarta Quadrant.
- Azwar, & Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Best, R. J. (2013). *Market- Based Management, 6th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- E. J, L., & S. Y, S. (2014). *When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects Of Review Quality, Product Type, And Reviewer"s Photo", Computers In Human Behavior, Pp. 356–366*.
- Fajar Bkti, L. (2020). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MARKETPLACE DI KOTA TEGAL*. 21(1), 1–9.
- Fandy, Tiptono. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*.

Yogyakarta : Andy Publisher.

Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Ghozali, & Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E., F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.

Hasibuan, M. S., & Hasibuan, H. M. S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.

Husein, & Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Husein Umar. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13*. Jakarta : Rajawali Pers.

Islamy, F. J. (2016). Pengaruh Komitmen Afektif, Komitmen Normatif Dan Komitmen Berkelanjutan Terhadap Turnover Intention Pada Dosen Tetap Stie Inaba Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(2), 164–181.

Kamila, K. T., Suharyono, & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016-2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72(1), 202–211.

Kesehatan, K. (2010). *PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 1176/MENKES/PER/VIII/2010 TENTANG NOTIFIKASI KOSMETIKA*.

Kim, J. B., & Zhang, L. (2014). *Financial reporting opacity and expected crash risk: Evidence from implied volatility smirks*. *Contemporary Accounting*

Research (Vol. 31). <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12048>.

Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *The Buying Decision Process. Marketing Management 15th Edition (p. 195). England: Pearson Education.*

Kotler, Philip, & Gary, A. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.*

Kotler, Philip, Gary, & Armstrong. (2013). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga.*

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.*

Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Customer's Perspective. Advances in Economics and Business 1(1), 1-5.*

Malau, & Herman. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.*

Malhotra, & K, N. (2010). *Marketing Research 6th Edition. United State Of America : Pretice HALL, Inc.*

Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.

Muhasri, A. (2020). PENGARUH ULASAN PELANGGAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Tugas Akhir.*

Perindustrian, K. (2020). *Optimalkan Bahan Domestik, Kemenperin Percantik Kinerja Industri Kosmetik*

<https://www.kemenperin.go.id/artikel/21913/Optimalkan-Bahan-Domestik,-Kemenperin-Percantik-Kinerja-Industri-Kosmetik>.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku dan Strategi Pemasaran. Edisi 9 buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.*

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing. Hal 1.*

Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.*

Robbins, P., S., & Mary, C. (2012). *Management, Eleventh Edition, (United States of America: Pearson Education Limited).*

Schermerhorn, & John, R. (2013). *Management, 12th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.*

Sefrina, S. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKEOVER PADA PENGUNJUNG COUNTER MAKEOVER DI PLAZA MEDAN FAIR.*

Siti Maimuna, A., & Kristina, S. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MAKE OVER DI KOTA BANDUNG. E-Proceeding of Management, 7, No. 2(2355–9357).*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.*

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

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.*

Sutanto, Aprianingsih, A., & Monica, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study of Premium Cosmetic in Indonesia. *Journal of International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science.*, 218.

Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan*

Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Willy Wibowo Putra. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.Co.Id Di Kota Malang).*

Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). *The influence of online reviews to online hotel booking intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management.* 27, 6.

Internet :

<https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
Shopee, E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020 | Databoks (katadata.co.id)

96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce | Databoks (katadata.co.id)

10 Kategori Produk Terlaris Shopee | Asosiasi Digital Marketing (digimind.id)

Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2019 (iprice.co.id)

Pengertian Lengkap 7P Bauran Pemasaran atau Marketing Mix (accurate.id)

Harga - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas