# DAFTAR PUSTAKA

’Ulyati, W. C. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*.

Alicia, M. P., & Wulandari, A. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *2*.

Aryani, V. B. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Selempangwisuda\_Semarang*.

Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect Of Promotion And Product Quality On The Purchase Decision Of Converse Brand Shoes. *Akmami*, *2*(2), 204–219.

Beauty, C. (N.D.). *Tentang Camille Beauty*. Linkedin. Https://Www.Linkedin.Com/Company/Camillebeauty?Originalsubdomain=Id

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st Ed.). Unitomo Press.

Maharani. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetic Di Desa Bangun Sari. *Skripsi*.

Maryati, & Khoiri, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 542–550.

Mokodompit, H. Y., Lapian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 975. Https://Doi.Org/10.35794/Emba.V10i3.43393

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *9*(4), 439–450. Https://Doi.Org/10.35145/Procuratio.V9i4.1704

Putri, B. R. T. (2018). *Manajemen Pemasaran*.

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

Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, Dan Kepercayaan* (D. K. Sawlani (Ed.); 1st Ed.). Scopindo Media Pustaka.

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *5*.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. In Setiyawami (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. 99).

Valentina, A. N., & Habib, M. A. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *E-Journal Riset Manajemen*, *12*(2), 590–601.