

DAFTAR REFERENSI

- Cahyani, A., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Smart*, 1(1), 20–26.
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee Skripsi Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Mendapatkan Gelar Strata Satu (S1) Ilmu Administrasi Bisnis*. File:///C:/Users/Admin/Documents/Data Keny/Skripsi/Jurnal Orang/3897-13035-1-Pratiwi Arbani (Pnlitian Trdhl).Pdf
- Fathin, R. F., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 5(1), 709–722. <https://doi.org/10.31539/Costing.V5i1.3045>
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa Stiks Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(2), 159–185.
- Generasi Dan Milenial Di Jakarta Mona Liska, P. Z., & Nur Utami, F. (2023). The Influence Of Shopping Lifestyle And Discount Prices On Impulsive Buying Through Tiktok Shop Media On Generation Z And Millennials In Jakarta Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6215–6123. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Ginting, S. U., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Iklan, Beauty Vlogger Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Wardah Di Kota Batam. *Journal Of Management & Business*, 6(2), 218–224. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5106>
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/5106/3358>
- Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *Jsma (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 12(1), 65–76. <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.50>
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Endocrine*, 9(May), 6. <https://www.slideshare.net/Maryamkazemi3/Stability-Of-Colloids>
https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf
<http://www.ibm.com/support>
http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/progdatamgmt_spss17.pdf
<http://www.n>
- Limbong, G. V., Safrin, F. A., & Marpaung, N. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Emina (Studi Pada Konsumen Emina Di Plaza

- Medan Fair). *Journal Of Business Administration (Jba)*, 1(2), 29–30. <https://Talenta.Usu.Ac.Id/Jba/Article/View/9558>
- 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>
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Journal Kompetensi*, 10(1), 1–14. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/download/3424/2533>
- Putri, A. A., & Haninda, A. R. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Di Smk Telekomunikasi Telesandi Bekasi. *Jurnal Komunikasi*, 6(2), 474–484.
- Putri, I. A. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 07(01), 1–12. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8062/pdf>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Roma, Vegi; Hayatunnufus, H. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Skin Care Pada Media Sosial Tiktok Di Program Studi Trk Fpp Unp. *Jurnal Pendidikan Tata Rias*, 4(2), 43–52.
- Septiani, L. A. (2021). Bagaimana Konsumen Kosmetik Memerhatikan Beauty Vlogger Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 634. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p634-650>
- Sobir, O. Z., & Santoso, A. (2022). Peran Minat Beli Dalam Membangkitkan Impulsive Buying. *Arbitrase: Journal Of Economics And ...*, 3(2), 255–258. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.439>
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5743–5755. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies And*

Entrepreneurship Journal, 4(5), 5743–5755. [Http://Journal. Yrpiuku. Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiuku.Com/Index.Php/Msej)

Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.V2i2.457>