

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Siantry, Dhian Tyas Untari, & Andrian Andrian. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 211–222. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202>
- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akib, N. I., Hikmah, N., & Nur, R. (2023). Sosialisasi Penggunaan Skincare Dan Kosmetik Yang Aman Dan Tepat Bagi Remaja Di Pondok Tahfidz Abdurrahman Bin Auf Kendari. *Jurnal Article*, 3(1), 55–60.
- Ananta Ihza Mahendra, H. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo. *Journal of Business and Applied Management*, 15(1), 19–034. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Aqila, K. T., & Sudrajat, A. (2025). Peran Harga Dan Kualitas Pada Produk Skincare Sunscreen Dalam Membentuk Prefensi Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(C), 81–89. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Barkhoya, M. A. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk , Kepercayaan Terhadap Merek , dan Ewom Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee. *Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 13–24.
- Delvia Putri Anjaswati, & Budi Istiyanto. (2023). Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.262>
- Dina Lorenza, & Asron Saputra. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Two Way Cake Viva Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 24(2), 31–43. <https://doi.org/10.53640/jemi.v24i2.1692>
- Esa Sekar Hastari, Corry Yohana, & Arvinta Monoarfa, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3),

785–799. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>

- Etty Zuliawati Zed, Adzkia Munifa Rohilawati, Alya Aulia Pane, Filipus Marcell Febrian, & Tasya Alisya. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sarung Tangan Di Pt Bona Gloves. *Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, 1(3), 66–78. <https://doi.org/10.61132/keat.v1i3.287>
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nurjanah, T. (2023). Meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik melalui kepercayaan merek , kualitas produk , dan label halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(2), 319–328.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Fitraneti, E., Rizal, Y., Riska Nafiah, S., Primawati, I., & Ayu Hamama, D. (2024). Pengaruh Paparan Sinar Ultraviolet terhadap Kesehatan Kulit dan Upaya Pencegahannya : Tinjauan Literatur. *Scientific Journal*, 3(3), 185–194. <https://doi.org/10.56260/sciena.v3i3.147>
- Gea, S. A., Siregar, O. M., Utara, U. S., Quality, P., & Interest, P. (2025). *Efektivitas Affiliate Marketing Dan Product Quality Pada Purchase Interest Konsumen*. 19(April), 940–953.
- Halim, R., & Hamzah, M. I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Kosakata Apparel. (*JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1), 18. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Ismail, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Sari Roti Di Wilayah Kabupaten Kabumen). *Jurnal Manajemen, STIE Putra Bangsa Kebumen*, 1–9.
- Isymayati Ash Shiddiqy, & Fian Arifiona Faradila. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Buying Interest. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 159–169. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.552>
- Iwan, & Sopyan. (2025). Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Volume Analisis Peran Influencer Marketing dalam Membangun Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen pada Generasi Z. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5, 99–116.
- Kamsiyah, Jullimursyida, T. Edyansyah, & Naufal Bachri. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, k Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Secara Online Pada Mahasiswa Universitas

- Malikussaleh. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1050–1059.
<https://doi.org/10.70294/jimu.v2i04.488>
- Khalis, V. M., Komariah, K., & Mulia Z, F. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 857–865.
<https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.3540>
- Khoiron, K., & Tunjungsari, H. K. (2025). Marketing 4.0: Analisis pengaruh affiliate marketing, livestreaming dan flash sale terhadap keputusan pembelian di Tiktokshop. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 95–107. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i1.33838>
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9.
<https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- Kurniawati, D., Saleh, S., Ramadiah, V., Riau, U. I., Id, D. U. A., & Author, C. (2024). Pengaruh Shopee Affiliate Program Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIR). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 8024–8032.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kwan, M. C. (2023). The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business. *Jurnal Adijaya*, 1(01), 221–228. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Lutfiani, S., Astuti, R., & Fadhil M Basysyar, M, Kom. (2024). Analisis Sentimen Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Skincare Pada Remaja Di Indonesia Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 2957–2961.
<https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9614>
- Madeleine, M. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 4(1), 884–903. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v4i1.1370>
- Manalu & Muchsin. (2024). Dampak Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Visioner & Strategis*, 13(2).
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah*

- Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*., 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>
- Marsally, S. Van, & Dwiani, Y. (2025). Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Perspektif Industri E-Commerce). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(1), 146–154. <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5752>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember, 2023(24)*, 607–615. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10435517>
- Munir, M. S., Wati, J., Wulan, R., & Wati, S. B. (2025). *Pengaruh Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop*. 4(2), 5092–5097.
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). PERAN CITRA MEREK KUALITAS PRODUK DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN SHOES (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2414–2428. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Ningrum, L., & Aryanto, V. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(21)*, 470–484. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14488104>
- Novitasari Nainggolan, & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.81>
- Nugraha, A. (2025). *Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review terhadap Purchase Decision melalui Customer Trust pada Produk Skincare di Jabodetabek The Influence of Affiliate Marketing and Online Customer Reviews on Purchase Decisions through Customer Trust in* . 16(2), 198–214. <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i2.57722>
- Poetri, F. W., Mahardini, S., & Hidayat, M. (2024). Pengaruh Affiliate marketing, Influencer marketing, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Make Over. *Ikraith-Ekonomika*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v8i1.4274>

- Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., Susanti Retno, Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, Baruna Hadibrata, JASMINE, K., Volume, J., Merek, C., Pengalaman, D. A. N., Walker, L., & O'Brien, P. P. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Rimertown*, 21(3), 12–36. <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>
- Prihadini, D., Sudinta, H., Monica Frara, E., Studi Administrasi Bisnis, P., Ilmu Administrasi, F., Produk Dan Pemasaran Konten Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Skintific Studi Kasus, K., Di Jakarta, G. Z., & Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Konten Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Skintific (Studi Kasus: Generasi Z Di Jakarta). *Adbispreneur*, 3(5), 12. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Online Customer Review, Dan Online Cutomer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Masyarakat Kota Ponorogo). *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Puspitasari, D., Asir, M., & Rahmi, R. (2023). Efektivitas Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review Manajemen Pemasaran. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 90–95. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6933>
- Rachel Ika Andini, Petra Timoti Keristian Ginting, Annisa Nabila, Putri Mardalena, & Ester Selly Natasya. (2024). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daviena Skincare Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 40–53. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1039>
- Rifki, M., Mukarom, D., Depy,) ;, Pauzy, M., Karmila, M., Universitas,) , & Tasikmalaya, P. (2024). The Influence Of Brand Image, Brand Trust, And Product Quality On Purchasing Decision For Fiesta Chicken Nugget Products In Tasikmalaya City Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nu. *Jurnal Pusat Manajemen*, 1(2), 123–136.
- Rosita, I. (2022). Simba 1. *Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi, September*.
- Roza, J., Cahyani, A., & Haro, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 2022*, 3(1), 33–41.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi.

Jurnal Akuntansi AKUNESA, 12(2), 163–171.
<https://doi.org/10.26740/akunesa>

- Saputri M, Titing, & Kurniadi. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Ms Glow. *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 325–339.
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Effect of product quality , price and promotion on purchasing decisions. *Akuntabel*, 18(3), 444–451.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- Sari, Y. O., & Rokhmat, R. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Brand Trust, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Tokopedia. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1883–1895. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4684>
- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.8044>
- Sianturi, A. G., Pudjoprastyono, H., Azhar, R. M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2024). *Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur - Indonesia 1,2, 3 Program*. 17(3), 5–11.
- Sidauruk, I. Y., Aqmala, E. D., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing Dan Online Consumer Review Terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10523–10534.
- Simangunsong, E., Sinaga, R. V., & Manihuruk, Y. P. U. (2022). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(September), 314–333.
<https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2138>
- Sulistining Trimulyani, & Ola Mariela Cecelia. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine*, 3(October), 43–52.
<https://journal.binainternusa.org/index.php/jekma>
- Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness to Buy Pada Marketplace Shopee dengan Subjective Norm sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 1–9.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen->

pemasaran/article/view/13652

- Vivita, E., & Hidayat, W. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA SEMARANG (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1338–1343. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32222>
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Wahyuni, M. D. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN dan LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Manajerial*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v5i1.737>
- Wiranti, Z. (2025). Pengaruh Strategi Inovasi Produk, Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.38035/jgit.v3i1.281>
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1437>