

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Nurul, dan Amron. "Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Skincare pada Tiktok Shop." *Kinerja* 5, no. 01 (December 23, 2022): 49–61.
- Ahmad, Maimun, Tinneke M Tumbel, dan Johny A. F. Kalangi. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2020): 25–31.
- Aziz, Muhamad Choirul, dan Endah Budiarti. "Pengaruh Online Customer Review, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Sepatu di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)." *Neraca Manajemen, Ekonomi* 2, no. 10 (2023): 1–14.
- Chaerunnisa, Tri Utami Ayu, Yudi Aliyudin, Andi Yulianto, Slamet Bambang Riono, dan M Dini Adita. "Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa." *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* 1, no. 4 (2023).
- Chalil, Rifyal Dahlawy. *Brand, Islamic Branding, Dan Re-Branding*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2020.
- Fariz Irchamsyah Reza, Ustadus Sholihin, Taufik Akbar, dan Edi Murdiyanto. "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA Collection." *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (April 5, 2024): 285–303.
- Fauzi, Saipulloh, dan Lia Febria Lina. "Peran Foto Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2021): 21–26.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Garaika, dan Darmanah. *Metodologi Penelitian*. Belitang OKU Timur: CV. Hira Tech, 2019.
- Hidayat, Yessin Laurent Illenia, dan Yoestini. "Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Studi pada Generasi Z Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 12, no. 2 (2023): 1–9.

- Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardhana. *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29 & SMART-PLS 4*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Indartini, Mintarti, dan Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024.
- “Instagram The Originote, The Originote.” Accessed June 15, 2025. <https://www.instagram.com/theoriginote?igsh=MTVwcGg5enh3a29pNQ==>
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks, 2009.
- Kurnianingsih, dan Andhatu Achsa. “Analisis Citra Merek, Promosi, dan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Mie Gacoan Magelang).” *Education Journal* 4, no. 2 (2022): 181–206.
- Lackermair, Georg, Daniel Kailer, dan Kenan Kanmaz. “Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective.” *Advances in Economics and Business* 1, no. 1 (July 2013): 1–5.
- Lintin, Irene Yustika. “Compas.Co.Id Bedah Data Brand Viral: The Originote & Oatside Dalam Markplus Conference 2024,” n.d. <https://compas.co.id/article/data-brand-the-originote-oatside-di-ecommerce/>.
- Olong, Tesalonika Janieke Hereina, Agus Supandi Soegoto, dan Raymond Ch Kawet. “Pengaruh Promosi Produk dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote di Cura Beauty Manado.” *Jurnal EMBA* 12, no. 3 (2024): 495–504.
- Pane, Dewi Nurmasari, Wulan Dayu, dan Nurul Hasanah. *Determinasi Minat Beli Konsumen*. Serasi Media Teknologi, 2024.
- Pratama, Alvin. “The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas Dengan Harga Terjangkau,” Mei 2023. <https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkan-produk-skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml>.
- Pratitis, Mera Putri, Luthfiana Nurulin Nafi’ah, Heni Setyoningsih, dan Aprillia Puspitasari unggadewi. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Sleman: Deepublish, 2024.
- Program Studi Manajemen FEB Unmas Denpasar. “Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan, Dan Aplikasi.” CV. Noah Aletheia, 2020.

- Qalbi, Nurul, dan Hartini. “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (Trifling) Di Daerah Sumbawa.” *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)* 1, no. 4 (2023): 162–68.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press, 2011.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rinaja, Atma Fadna, Ida Bagus Nyoman Udayana, dan Bernadetta Diansepti Maharani. “Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Conciousness terhadap Minat Beli di Shopee.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 3 (2022): 435–48.
- Roisah, Riris, Kiromatul Khusnaini, dan Feti Fatimah Maulyan. “Pengaruh Direct Marketing dan Influencer Marketing terhadap Minat Beli pada Live Streaming Tiktok” 6, no. 1 (2024): 11–23.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021.
- Salsabilla, Natassya, dan Trisni Handayani. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 7, no. 2 (2023): 1759–69.
- Saputra, Farhan, Nurul Khaira, dan Raihan Saputra. “Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature).” *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (January 1, 2023): 18–25.
- Saputra, Farhan dan M Ridho Mahaputra. “Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study).” *Journal of Law, Politic and Humanities* 2, no. 2 (February 2, 2022): 66–75.
- Sari, Annisa Chelintia Mayang, Widi Winarso, dan Haryudi Anas. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli di Shopeefood.” *JURNAL ECONOMICA* 2, no. 9 (September 13, 2023): 2610–27.
- Savitri, Citra, dan et. al. *Statistik Multivariat Dalam Riset*. Bandung: CV. Widina Media Utama, 2021.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, and Muslich Lufti. *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: USU Press, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.

Sukotjo, Raymundus Ade Krisna, dkk. *Strategi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Akuntansi Perilaku*. SIEGA Publisher, 2024.

“The Originote Official Shop,” n.d. shopee.co.id/theoriginoteofficial.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.

Tranggno, Retno Iswari, and Fatma Latifah. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Trimahanani, Emy. “Industri Kosmetik Indonesia Tumbuh Sekitar 4,02 Persen per Tahun,” November 2024. <https://www.vibizmedia.com/index.php/2024/11/29/industri-kosmetik-indonesia-tumbuh-sekitar-402-persen-per-tahun/>.

“Website The Originote.” Accessed June 15, 2025. <https://www.theoriginote.com/>.

Wildan, Teo, and Albari. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Secara Online.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 1 (2023): 551–63.

Yana, Kadek Hery Krista, dan Gede Suparna. *Membangun Kepuasan Pelanggan: Peran Serviscape Dan Brand Image*. Hal 78. Badung: CV. Intelektual Manifes Media, 2024.

Yonatan, Agnes Z. “Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026,” June 21, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp><https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.

Yu, Jianxing, Zheng-Jun Zha, Meng Wang, and Tat-Seng Chua. “Aspect Ranking: Identifying Important Product Aspects from Online Consumer Reviews.” *Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 2011, 1496–1505.

N.d. <https://febi.uinsatu.ac.id/>