

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Achmad Efendi, Ni Wayan Surya Wardhani, Rahma Fitriani, E. S. (2020). *Analisis Regresi: Teori dan Aplikasi dengan R*. Universitas Brawijaya Press.
- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, T. A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Asman, N. (2021). *Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0* (Kodri (Ed.)). Penerbit Adab.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (kedua). Kencana.
- Darma, budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Guepedia.
- Dian Cita Sari, Aditya Wardhana, Arfah, Muhammad Darwin, Eman Sulaiman, Ginanjar Rahmawan, Muh. Ridwan, Sri Hastutik, Hendra Poltak, S. S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Dr. Hartini (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Fadli, U. M. D. dan S. P. F. (2019). *Statistic For Economics II dengan SPSS* (Z. Arafat (Ed.)). FBIS Publishing.
- Fauzi, Aceng Ridwan, R. (2013). *Merawat Kulit dan Wajah*. Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismagilova, E, Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer International Publishing.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset N* (F. Husnaini (Ed.)). Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (Eds.); 13th ed.). PT Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, R. (2016). *Analisis Regresi*. Kencana.
- Latief, R. (2019). *Word of mouth communication penjualan produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Naim, M. R., & Asma. (2019). *Pengantar Manajemen*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Nashar. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Pena Salsabila.
- Prasetyo, B. D. et al. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Purnomo, A. R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (P. C. Ambarwati (Ed.)).
- Puspitasari, D. (2015). *Pengetahuan Produk* (Darmawan (Ed.); Jilid 1). CV Rizeva Utama.
- Puspitasari, D. (2015). *Perencanaan Pemasaran*. CV Rizeva Utama.
- Riinawati. (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Pustaka Baru Press.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. El, Siregar, N., Rian, A. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. CV. Manhaji.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rosnaini. (2019). *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Rumondang, Astri., et, al. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (Alex Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Suprpto, H. (2020). *Penerapan Metodologi Penelitian Dalam Karya Ilmiah*. Gosyen Publishing.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Deepublish.
- Walujo, Djoko Adi., Koesdijati Titiek, Yitno Utomo. (2020). *Pengendalian Kualitas*. Scopindo Media Pustaka.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (Hamdan (ed.)). Forum Pemuda Aswaja.

2. Artikel

Amin, A. M., & Yanti, F. (2021). Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>

Derivanti, A. Des, Kom, M. I., Wahidin, D. W., & Warouw, D. M. (2022). Keputusan Pembelian Produk Skincare Melalui Media Platform Digital Di Era Covid-19. *Sibatik Journal*, 1(9), 1617–1628. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/204/197>

Devi Marta Dwi .L, Theresia Pradiani, I. K. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>

Fahira, H. F., & Lestari, B. (2021). Pengaruh Elektronik Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Acne Series Ms Glow di Tangerang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 169–172. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/513>

Hardiyanti, I., & Madiawati, P. N. (2021). Loyalitas Pelanggan the Body Shop Melalui Variabel Kepuasan Pelanggan the Influence of Brand Image , Product Quality and Price on Customer. 8(4), 3443–3453. <https://docplayer.info/219014824-Pengaruh-citra-merek-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-loyalitas-pelanggan-the-body-shop-melalui-variabel-kepuasan-pelanggan.html>

Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1(1), 60–74. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>

Istiyanto, R. M. P. dan B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88. https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i2.2204

- Lee, L., & Charles, V. (2021). The impact of consumers' perceptions regarding the ethics of online retailers and promotional strategy on their repurchase intention. *International Journal of Information Management*, 57(October 2020), 102264. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102264>
- Meidy, R. F., Suhartanto, D., & Senalasari, W. (2020). Keterlibatan Pemasaran Elektronik Mulut ke Mulut Melalui Media Sosial Instagram : Bukti Empiris dari E-commerce Hijup. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 26–27. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2164>
- Pratminingsih, S. A., Astuty, E., & Mardiansyah, V. (2019). The influence of electronic word of mouth and brand image on buying decision. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(3 Special Issue), 995–1002. https://www.researchgate.net/publication/334881626_The_Influence_of_Electronic_Word_of_Mouth_and_Brand_Image_on_Buying_Decision
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). Ewom Pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(2), 70–80. <https://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/6790>
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. 5380| *Journal of Applied Business and Technology*, 2020(2), 137–150. <http://www.e-jabt.org/index.php/JABT/article/view/40/29>
- Sari, M. (2020). *Natural Science : Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA* , ISSN: 2715-470X (Online), 2477 – 6181 (Cetak) *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. 6(1), 41–53. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555>
- Situmorang, I., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 72–86. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/12298>

- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey followers aktif akun @ Jelitacosmetic _). *Commercium*, 3(1), 36–40. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/34875>
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>

3. Website

- Admin Website Binus. (2017). *Peran E-WOM (electronic word of mouth) dalam Media Sosial di Indonesia*. Bbs.Binus.Ac.Id. <https://bbs.binus.ac.id/management/2017/03/peran-e-wom-electronic-word-of-mouth-dalam-media-sosial-di-indonesia/>
- BPOM RI. (2022). <https://cekbpom.pom.go.id/>
- Fransisco, A. (2020). *Berapa statistik jumlah pengguna dan kapasitas blogger blogspot (2020)*. Afrid Fransisco. Berapa statistik jumlah pengguna dan kapasitas blogger blogspot (2020)
- KemenperinRI. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Lidwina, A. (2016). *Media Sosial Dengan Pengguna Aktif Terbesar di Indonesia (TW III & IV 2016)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/13/inilah-media-sosial-dengan-pengguna-aktif-terbesar-di-indonesia>
- Lidwina, A. (2021). *10 Media Sosial Terfavorit Pengguna Internet Global*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/13/inilah-media-sosial-dengan-pengguna-aktif-terbesar-di-indonesia>
- Whitening, S. (2021). *Scarlett Whitening*. <https://scarlettwhitening.com/>

4. Skripsi

Rosita, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Website terhadap Minat Beli di Shopee pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.

