

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Ali, M. R., Djaelani, A. K., & Priyono, A. (2023). Pengaruh Online Customer Reviews dan Viral Marketing terhadap Keputusan Membeli Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Malang (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2119–2132.
- Anisa, M. (2022). *Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)*. Data Boks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/66ea42a1ae6c6/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi (Edisi Pert)*. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah*, 5(2), 14–23.
- Baum, F. (2012). (2012). *Kendali Mutu Terpadu*. Erlangga.
- Dwiputra, M. (2023). The Influence of Product Quality, Price and E-Wom on the Purchase Decision. *Syntax Idea*, 5(9), 1288–1297. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2572>
- Ghozali, I. (2011). *plikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Regresi dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit UNDIP.
- <https://id.my-best.com/5577>. (2024). <https://id.my-best.com/5577>
- Khammash, M. (2008). Proceedings of the IADIS International Conference on WWW/Internet 2008 : Freiburg, Germany, October 13-15, 2008. *IADIS International Conference*, 77–84.
- Komariah, L. (2021). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah di Kota Kebumen*. 2, 3–5.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 16. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition (Jilid 1)*. Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15 (Ed.)). Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler Philip. (2008). *Principles of Marketing* (12th ed.). Pearson Education.
- Kotler Philip. (2012). *Principles of Marketing: Global* (14th ed.).
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- [liputan6.com](https://www.liputan6.com/showbiz/read/5081881/skintific-meluncurkan-produk-cushion-dengan-kandungan-serum-setelah-banyak-). (2022). <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5081881/skintific-meluncurkan-produk-cushion-dengan-kandungan-serum-setelah-banyak->

skincare-yang-ampuh-dan-laris?page=3

- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (4th ed.). Salemba Empat.
- M.AlMana, A., & A. Mirza, A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers's Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31. <https://doi.org/10.5120/14145-2286>
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik Maybelline Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 716–722.
- Musafa. (2009). *Metodologi Penelitian*. CV Mutiara Press.
- Naja, S. S., & Budiarti, E. (2024). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image, Brand Trust, dan E-Wom terhadap Purchase Intention Produk Skincare Avoskin (Studi pada Pengguna Skincare Avoskin di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 6093–6104.
- Pamungkas Putri, A. I. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH*. Universitas Putra Bangsa.
- Parengkuan, V., A. Tumbel, dan R. W. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders*. *Jurnal EMBA*.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1 Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta. *ANGKET PENELITIAN*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2011). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus: Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi revisi)*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, M.A., & Aprianingsih, A. (2016). *Pengaruh Tinjauan Konsumen Online Terhadap Seni Pembelian: Studi dalam Kosmetik Premium Indonesia. Konferensi Internasional tentang Etika Bisnis. Bandung: Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB*.
- Susanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). *Pengaruh Tinjauan Konsumen Online Terhadap Seni Pembelian: Studi Dalam Kosmetik Premium Indonesia. Konferensi Internasional Tentang Etika Bisnis. Bandung: Sekolah Bisnis Dan Manajemen ITB*.
- Tjiptono, Fandy & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi Kedua.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (5th ed.)*.
- Umar, H. (2000). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. RajaGrafindo Persada.