

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Aprianto, Ronal. 2016. Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuklinggau. *Buletin Bisnis dan Manajemen*, Vol. 2, No. 1.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. 2017. Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 146.
- Arif, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 15-18.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyalan, A. G., & Ariyanti, M. (2019). Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 52-65.
- Auriel Titana & Yosepha. 2022. Pengaruh *Brand Image* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Konsumen Jabodetabek. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen (JIMEN)*. 2(3)
- Citra Sugianto P. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa Jurnal Manajemen dan StartUp Bisnis*. Vol. 1, No. 5:594-603.
- Copley, P. (2014). *Marketing Communications Management. Analysis, Planning, Implementation*. SAGE Publications.
- Dadang, Suhardi & Rika Irmayanti. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. 2018. Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1-18.

- Endang, A. & Rif'atul, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. 2.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Fungkiya Sari & Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Minat Beli Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.54 No. 1.
- Goyetee, I., Richad, L., Bergeron, J., & Maticotte, F. (2012). *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- _____.2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS" Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haekal, M. E., Suharyono, & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh *EWOM* terhadap Kepercayaan dan Peutusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instagram Erigostore). *Jurnal ADBIS (JAB)*, Vol.40 No. 2.
- Halim, F., Sibarani, H. J., Moktar, B., Sugiati, M., & Sudirman, A. (2021). Reflections on The Interest in Buying Smartphone Products Among Millenials: Consumer Satisfaction As The Mediating Effect. *JurnalMinds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 49-68.
- Ivana Deva Rukmana. 2022. "Data Penjualan Dan Strategi Marketing Ms Glow VS Skintific Kategori Pelembap Wajah Terlaris". <https://compas.co.id/article/data-penjualan-top-brand-pelembap-wajah-terlaris/> diakses pada tanggal 1 November 2022.
- J. Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kotler, Phillip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philiip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip, & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Lin, Chinho, Yi Shuang Wu, Jeng-Chung Victro Chen. 2013. *Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. International Conference on Technology Innovation and Industrial Management. 2013. Phuket Thailand.
- Machfoeds, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Malik, Muhammad, et al. 2013. "Impact of Brand Image and Advertisement on Cosumer Buying Behavior". *Word applied Sciences ournal Volume 3, Issue 1*.
- Nyoko A. E. L., Fanggalda R. P. C., Nursiani N.P. (2019). The Influence Of Service Quality To Constomer Satisfaction In Pdam Kupang's Service Counters. *Journal Of Manajement (Sme's)*. 2 (1), 59-76. DOI: 1035508/jom.v2il.1201.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 117-124.
- Rahmani, R. G., Bursan, R., Mahrinasari, M. S., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 431-438.
- Rusmanida, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Secara Online melalui Kepercayaan Merek pada E-Commerce Shopee di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 16-22.
- Sari, N., Saputra, M., Husein. J. 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*. Vol. 03. No. 01.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- _____.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- _____.2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Pemasaran startegik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*. IPB Pres: Bogor.
- Sumangla, Panwar. 2014. *Capturing Analyzing, And Managing Word-Of Mouth In The Digital Marketplace*. Pennsylvania, Hershey.
- Suwarduki P. R., Yulianto E., Mawardi M.K (2016) Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 37(2). 1-10.
- Sopiah & Sangaji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Schiffman, & Kanuk. (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Virginia, E.V., & Samadi, R.L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3). 953-964.
- Wangsa, I Nyoman Wara. 2022. Promosi Penjualan Untuk Membangun *Electronic Word Of Mouth* Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian. Klaten: Lakheisha.
- Wijaya T., Paramita E.L., (2014). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Research Methods And Organizational Studies*.