

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2009). Keterlibatan Konsumen Dalam Pembelian Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen. *Jurnal Legalitas*, 2(1).
- Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11).
- Cheng, T. E., Lam, D. Y., & Yeung, A. C. (2006). Adoption of internet banking: an empirical study in Hong Kong. *Decision support systems*, 42(3), 1558-1572.
- Dewi, A. I. G., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Persepsi Media Sosial Dan Sponsorship Marketing Terhadap Positive Word Of Mouth Serta Dampaknya Pada Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Kosmetik Di Media Sosial Di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6 (4).
- Dewi, C. (2013). Analisis Pengaruh Brand Image, Keterlibatan Produk Dan Media Periklanan Es Krim Magnum Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. In *Performance*, 16 (2).
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Efendi, A. R. Santoso, B. Hermawan, H. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia di Jember*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Jember. Diakses pada <http://repository.unmuhjember.ac.id/9092/>.
- Erni, R., & Basri, M. (2013). Pengaruh Pembelajaran Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 2(7).
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). “*Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*”. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Ekonomika dan Bisnis/Manajemen. Universitas Diponegoro. Semarang. Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/36184/>.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239-250.

Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku untuk Orang yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.

Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Hidayah, U. N., & Widijoko, G. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Pengguna Instagram Commerce Terhadap Keinginan Bertransaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).

Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). *Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 30-36.

Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Kartikaningtyas, N. I., Kustiyah, E., & Djumali, D. (2020). Kepuasan Pelanggan Gerai Batik Keris di tinjau dari Diferensiasi Produk, Brand Image dan Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01).

Larasati, S., & Gilang, A. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(3), 200-213.

Maulana, I. (2020). Peran Pengetahuan Konsumen, Keterlibatan Konsumen, Dan Faktor Psikologis Konsumen Pada Intensi Beralih Pelanggan Department Store Purwakarta Ke Belanja Daring. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 49-51.

Nadda, V. K., Dadwal, S. S., & Firdous, A. (2015). *In Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing*. Social media marketing. DOI: 10.4018/978-1-4666-8353-2.ch021.

Nasrum, A. (2018). *Uji Normalitas Data Untuk Penelitian*. Denpasar: Jayapangus Press Books.

Nata, J. H., & Kurniawan, A. (2019). Mobile Display Advertising: Perilaku Niat Pembelian Konsumen pada High Involvement vs Low Involvement Product. *Esensi. Jurnal Bisnis dan Manaj*, 9(2), 209-224.

Natasha Lolita, A. S., Suharyono., & Fanani, D. (2018). Pengaruh International Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sushi Tei Yogyakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1), 46-51.

Nugroho, C. H. A. (2018). Hubungan Keterlibatan Konsumen Dengan Perilaku *Word Of Mouth* Pada Konsumen Konveksi. Fakultas Psikologi. Program Studi Psikologi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. Diakses melalui <https://repository.usd.ac.id/>.

Ong, J. O. (2013). Implementasi Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Strategi Marketing President University. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 12(1), 10-20.

Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.

Priyono, M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publishing.

Rahmadhani, S. W., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Wardah. *eProceedings of Management*, 6(2).

Rangkuti, A. M. (2017). Pengaruh Experiential Value Terhadap Place Food Branding dan Behavioral Intention pada Kuliner Kota Medan. Skripsi. Manajemen Ekstensi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.

Sandi, K., Habibi, R., & Fauzan, M. N. (2020). Tutorial PHP Machine Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Aplikasi Bank Sampah Istimewa Versi 2.0 Berbasis Web. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.

Sangadji Mamang Etta, S. (2014). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Journal Penelitian. *Yogyakarta: ANDI*.

Setiawan, A. (2016). "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu". Skripsi. Fakultas Pertanian. Agribisnis. Universitas Lampung. Lampung. Diakses dari <https://adoc.pub/perilaku-konsumen-dalam-pembelian-beras-organik-produksi-kab.html>

Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.

Simanjuntak, G. C. (2021). "Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Perilaku Pelanggan Pasca Pembelian Teh Botol Sosro Jakarta Barat". Skripsi. Program Studi Manajemen. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Jakarta. Diakses dari <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/>.

Susanti, N. (2009). Analisis Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Melalui Testimoni Dalam Situs Pemasaran Internet. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 2(1).

Susilowardhani, E. M. (2012). Komunikasi Pascapembelian untuk Menjaga Kepercayaan Konsumen (Keterlibatan Konsumen Tinggi dalam Pembelian Produk Smartphone). *Jurnal InterAct*, 1(2), 36-45.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (JKG Unej)*, 8(1), 27-34.

Widodo, A., & Putri, A. S. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi Pada Pengguna Instagram Di Indonesia (Studi pada Followers Akun Kementerian Pariwisata@indtravel). *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 1(1), 18-26.

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

### Internet

Asosiasi Digital Marketing Indonesia. 2020. Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce. <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>. Diakses pada 27 Desember 2021.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2021. "Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 [Q2]". <https://apjii.or.id/survei> . Diakses pada 30 Oktober 2021.

Badan Pusat Statistik. 2021. "Proyeksi Penduduk Kota Surabaya (jiwa), 2018-2020". <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/12/197/1/proyeksi-penduduk-kota-surabaya.html>. Diakses pada 27 Desember 2021.

Instagram. 2021. [www.instagram.com](http://www.instagram.com) . Diakses pada 03 September 2021.

Junaidi. 2010. Download Tabel. <https://junaidichaniago.wordpress.com/>. Diakses pada tanggal 06 Februari 2022.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. "Dampak Pandemi, Transaksi Belanja Online Produk Kosmetik Naik 80%". <https://kemenperin.go.id/artikel/22137/Dampak-Pandemi,-Transaksi-Belanja-Online-Produk-Kosmetik-Naik-80>. Diakses pada 27 Desember 2021.

Marketing Communication. 2020. Tim Sukses Brand Engagemet Wardah di Media Sosial. <https://mix.co.id/people-of-the-week/team/tim-sukses-brand-engagemet-wardah-di-media-sosial/> .Diakses pada tanggal 06 Februari 2022.

Paragon Corp. 2022. About Paragon. <https://www.paragon-innovation.com/about-us>. Diakses pada tanggal 27 Januari 2022.

Setiawan, W. (2017, Agustus 29). *Indonesia Produsen Instagram Story Terbesar*. Retrieved Agustus 2020. Diakses dari [mix.co.id: https://mix.co.id/marcomm/brandcommunication/indonesia-produsen-instagram-story-terbesar](https://mix.co.id/marcomm/brandcommunication/indonesia-produsen-instagram-story-terbesar) . Diakses pada 15 Oktober 2021.

Wardah Beauty. 2022. Logo Wardah. <https://www.wardahbeauty.com/>. Diakses pada tanggal 27 Januari 2022.

Wardah Inspiring Movement. 2022. Tentang Wardah Inspiring Movement . <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about>. Diakses pada tanggal 27 Januari 2022.