

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). *Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). *Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth pada E-Commerce dalam Menghadapi Era Digital 4.0 di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Ayuningtiyas, K. & Gunawan, H. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Azhari, S. P., & Nurhadi. (2022). *Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2), 132–138.
- Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). *The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan)*. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>
- Cahyani, A. Z., Ediyanto, & Pramesthi, R. A. (2023). *Analisis Harga dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Toko Amanah di Situbondo*. 2(5), 31–41.
- Carundeng, F., & Raintung, C. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Minuman Boba Terserah di Kotamobagu terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1644–1652.
- Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>. Diakses pada 28 September 2023.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2022). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif (Issue August)*. Media Sains Indonesia.

- Dewi, D. K., & Rismawati. (2021). *Pengaruh Consumer Trust, Brand Image, dan Satisfaction terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(8), 1–14.
- Fadhlurrahman, M. R., & Sunaryo. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Brand Image dan Trust*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 122–131.
- Fajar, F., Priharsari, D., & Rokhmawati, R. I. (2022). *Pengaruh Reputation dan EWOM terhadap Repurchase Intention Konsumen pada E-Commerce*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(6), 3007–3016. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/11257>
- Fonny, A., & Tandijaya, T. N. B. (2022). *Pengaruh Brand Attachment terhadap Repurchase Intention dengan Brand Commitment sebagai Variabel Intervening pada Customer Crunchaus Salads*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 37–48. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.37-48>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryana, D. K., Yasa, N. N. K. (2020). *Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Attitude*. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(2), 9–20. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n2.854>
- Hidayaningsih, I. A., & Zulfibriges. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kleveru*. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 281–286.
- Husna, D. A. S., Agustiani, I. N. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Menginap di Hotel Dago Highland (Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Brand Image on Interest to Stay at Dago Highland Hotel)*. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(2), 215–223.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

- Ibrahim, T., & Rusdiana, A. (2021). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Yrama Widya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasinem, K. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Mantika, N. S., Auliya, A., Prianti., D. M. (2022). *Online Tiket Week, Marketing Strategy to Increase Tiket.com Enthusiasm*. *Journal Universitas Pancasila*, 10(2), 109–116.
- Markplus.inc. (2020). *ZAP Beauty Index 2020*. <https://zapclinic.com/zap-beauty-index-download>. Diakses pada 03 Oktober 2023.
- Mauladdawil, T., Nugroho, R. H. (2023). *The Effect of Experiential Marketing and Service Quality on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study Of Lazada Application Users in Surabaya)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3152–3161. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto*. *Jurnal Martua*, 3(1), 17. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Mindari, E. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh*. *Jurnal Ekonomika*, 11(2), 46–61. <https://doi.org/10.35334/jek.v11i2.1437>
- Nababan, W. M. C. (2023). *Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/23/pertumbuhan-industri-kecantikan-ditopang-impor-bahan-baku>. Diakses pada 28 September 2023.
- Nabilla A. G., Tuasela, A. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi*. *Kritis*, 5(2), 21–40.

- Nathalia, A., & Indriyanti, I. S. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Brand Awareness dan E-WOM terhadap Repurchase Intention pada Konsumen Kosmetik Halal Sariayu di DKI Jakarta*. *E-Jurnal Manajemen Tsm*, 2(2), 221–236.
- Naully, C. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang*. X(2), 974–983.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). *Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital*. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>
- Noviandi, A. (2021). *Pengaruh E-WOM (Electronic Word Of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online pada Marketplace Tokopedia*. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(1), 25–29. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i1.652>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). *Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Pahlevi, Reza. (2022). *10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon*. <https://katadata.co.id/lavinda/digital/646342df38af1/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-1-17>. Diakses pada 29 September 2023.
- Pasaribu, B.S., Herawati, A., Utomo, K. W., Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Prasetyo, A., & Suryamugraha, A. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Minat Beli Ulang di KL Coffee Bandar Lampung*.
- Pratama, S. D., & Syaodih, E. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access*. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 20–27.

- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). *Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- Purwanda, E., & Wati, T. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan LAZADA di Wilayah Bandung Timur)*. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 18(1), 508–514. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.236>
- Putri Ayu Wijayanthi, N. P., & Widya Goca, I. G. P. A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention di Tokopedia*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–117. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v8i1.844](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844)
- Rahmawati, A. P., Prihastuty, R., & Azis, A. (2019). *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention*. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 10(3), 293–298.
- Ramadhana, C. L., Masreviastuti (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey pada Makeup Artist By Kawakibud)*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 277–280.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Pasar Global*. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Ramdhani, D., & Widiasari, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo*. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667.
- Riani, O., & Wijayanto, G., Rosyetti. (2023). *The Influence of Brand Image and Celebrity Endorser on Brand Loyalty and Repurchase Intention of Maybeline Product Consumers in Pekanbaru City*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(January), 104–116.
- Rohmah, A. (2020). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. In CV SAH MEDIA, Makassar (Vol. 3).
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.

- Sari, N. K. A. Y., & Rastini, N. M. (2022). *Pengaruh E-WOM, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Niat Beli Kembali: Studi Pada Pelanggan Situs Shopee*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4), 635. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i04.p01>
- Sinar, M. A., Anggraini, N. P. N., & Setiawan, J. I. W. G. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Lazada di Kota Denpasar*. *Jurnal Emas, 4Maria Asr(2774–3020)*, 227–236.
- Sitompul, P. N. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Obat-Obatan di Apotik Nasional Medan*. 75–84.
- Suarsa, S. H. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) pada Online Travel Agent (OTA) Traveloka terhadap Keputusan Menginap di Topas Galeria Hotel, Bandung*. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50–56. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.112>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). *Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc*. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 368–373.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Trisnayani, P. E., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). *Pengaruh Product Quality, Brand Image dan Location terhadap Repurchase Intention pada Konsumen Restoran Happy Chappy Canggung Plaza*. *Emas*, 4(1), 147–160.
- Wibowo, P. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru*. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian)*. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>

- Wuisan, D. S., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). *Pengaruh Website Design Quality dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. Computatio : Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24912/computatio.v4i1.7748>
- Yati, Rahma. (2023). *Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>. Diakses pada 28 September 2023).