

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, Rosmaya, and Farida Indriani. 2017. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah." *Diponegoro Journal of Management* 6: 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Agustin, Ariya. 2021. "ANALISIS PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMPEK PASAR 26 ILIR PALEMBANG" 1 (1): 9–15.
- Aliami, Sri, Faisol Faisol, and Samari. 2022. "Internal and External Factors of Consumer Behaviour: Phenomenon in Buying Decisions at the Keboen Rodjo Restaurant, Kediri." *Efektor* 9 (1): 35–47. <https://doi.org/10.29407/e.v9i1.16454>.
- Bahri, Yurdha Devara Putra, and Siti Aminah. 2022. "PENGARUH E-WOM PADA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MS GLOW." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9 (2): 1–39.
- Chinta, Syahallah, Afina Ghassani, and Maria Lidwina. 2023. "Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan Di Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional*, 1440–48.
- Fajariah Faizatul. 2019. "Pengaruh Diklat Terhadap Motivasi Dan Kompetensi Dosen STIE AMM Mataram," 17–18.
- Fatma, Nur, Nur Fajri Irfan, and Ifah Finatry Latiep. 2021. "Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk." *SEIKO: Journal of Management & Business* 4 (2): 533–40.
- Febriyanti, Nur Fitria, and Renny Dwijayanti. 2022. "PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA

- (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya).” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2 (2): 181–91. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.260>.
- Ghozali, Imam. 2011. “Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.” *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Hamasy, Atiek Ishlahiyah Al. 2022. “Industri Kecantikan Tanah Air Punya Prospek Bagus.” Kompas. Jakarta: KOMPAS. 2022. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang>.
- Hasna Latifatunnisa. 2022. “Metode Pengumpulan Data: Jenis Dan Langkah-Langkah.” RevoUpedia. 2022. <https://revou.co/panduan-teknis/metode-pengumpulan-data>.
- Jaya, I Gede Nyoman Mindra, and I Made Sumertajaya. 2008. “Pemodelan Persamaan Structural Dengan Partial Least Square.” *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–32.
- Khoirunnisa, Dhea Eka vitaloka, Sintya DIni Wilanda, Shinta Nurliana, Khairani Zikrinawati, and Zulfa Fahmy. 2023. “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia.” *Jurnal Mahasiswa Kreatif* 1 (2): 53–65. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.749>.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, and Sridhar Balasubramanian. 2023. *Principles of Marketing*. Pearson. 19th ed. Pearson Education.
- Maulida, Laila, and I Made Bayu Dirgantara. 2019. “PENGARUH LABEL HALAL, DUKUNGAN SELEBRITI, DAN ULASAN MELALUI MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP MINAT BELI DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.” *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* 8: 1–12.
- Menitulo, Gohae, Dakhi Paskais, and Duha Timotius. 2021. “Pengaruh Perilaku

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4 (2): 297–308.  
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>.

- Nyoko, Antonio Eli Lomi, and Anthonia Debora Dila Samuel. 2021. “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang).” *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)* 14 (1): 63–76.
- Pentury, Lourino Valentino, Monica Sugianto, and Marcus Remiasa. 2019. “PENGARUH E-WOM TERHADAP BRAND IMAGE DAN PURCHASE INTENTION PADA HOTEL BINTANG TIGA DI BALI.” *Jurnal Manajemen Perhotelan* 5 (1): 26–35. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.26-35>.
- Populix. 2023. “Perilaku Konsumen: Pengertian, Manfaat, Faktor, Teori & Model.” Populix. 2023. <https://info.populix.co/articles/perilaku-konsumen/>.
- Prayoga, I., and M.R. Mulyandi. 2020. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee.” *Jurnal Syntax Transformation* 1 (5): 137–38.
- Ragatirta, Laurensius Panji, and Erna Tiningrum. 2020. “PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta).” *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* 7 (2): 143–52.
- Rahmah, and Supriyono. 2022. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 6 (2): 2352–59.  
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.5710>.
- Rahmawati, Hertika, Supriyono Supriyono, and Zumrotul Fitriyah. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada E-Commerce Blibli.” *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual* 7 (4): 886. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i4.1053>.
- Ruhamak, Dian, and Afif Nur Rahmadi. 2019. “BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam Pengaruh E-WOM, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri).” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7 (2): 233–46. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/bisnis/index>.
- Setyaningsih, Fatma. 2021. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang.” *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 10 (1): 221–30. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>.
- Shinta, Ir. Agustina. 2011. *MANAJEMEN PEMASARAN OLEH: Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011. UB Press. Vol. 3.* <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.329>.
- Sukowati, Tia, Endro Pramono, and Pipiek Septianingrum. 2020. “Pengaruh Insentif Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt Bukit Inti Makmur Abadi Semarang).” *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains* 6 (1): 47–60.
- Suryani, Rahma, and Dede Jajang Suyaman. 2022. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Karawang.” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10 (3): 297–306. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.496>.
- Sutanto, Farrel Yustinus, and Dwi Hayu Agustini. 2024. “Analysis The Effect Of Brand Image And Brand Trust On Purchase Through Of Nikeid 2r.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5 (2): 3647–60. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Syafnidawaty. 2020. “Data Primer.” Universitas Raharja. 2020. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>.
- Trenggonowati, Dyah Lintang, and Kulsum Kulsum. 2018. “Analisis Faktor

Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon.”

*Journal Industrial Servicess* 4 (1): 48–56.

<https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>.

Yulastuti, Luh Mega, and Gede Putu Agus Jana Susila. 2021. “Pengaruh Citra

Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan

Pada Marketplace Lazada Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Pendidikan*

*Ekonomi Undiksha* 13 (1): 22. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32639>.