

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Desmirasari, R., & Hikmah. (2024). The Influence of Brand Image, Electronic Word of Mouth, and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions For Marina Products in Batam Cit. *J-MAS : Jurnal Manajemen dan Sains*, 267-275.
- Fauziah, A. N., & Supriyono. (2023). The Effect of Product Quality and Price Perceptions on Purchase Decisions of Scarlett Body Lotion at Vilshop, Madiun City. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL)*, 639-664.
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *JIMEK : Jurnall Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 181-191.
- Female Daily*. (2024). Retrieved from femaledaily.com: <https://femaledaily.com/>
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis (8 ed)*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT Grasindo.
- Jonathan, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aksesoris Mobil Bermaterial Fiberglass pada Aplikasi Bukalapak*. Jakarta: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2024, Februari). Retrieved from www.ekon.go.id: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing, 17e Global Edition*. New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. PEARSON.
- Nurhalizah, L., & Farida, S. N. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hand & Body Lotion Nivea: Studi Kasus pada Pengguna Produk Hand & Body Lotion Nivea di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4857-4871.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Poespa, A. A., Cahyono, R., & Martah, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. *IQTISHADequity : Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA*, 212-223.
- Putri, P. A., & Supriyono. (2024). The Influence Of Viral Marketing, Online Customer Reviews and Price Perception on The Decision to Purchase Nivea Body Lotion Products in Surabaya. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2597-5234.
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 365-375.
- Rosita, V. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli di Shopee pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
- Safitri, R. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Marina di Kota Surabaya.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Schiffman, L. G., & Wisenbilt, J. (2015). *Counsumer Behaviour*. London: Pearson Educational Limited.
- Solikhah, L. M., & Aminah, S. (2023). The Influence of Product Quality and E-WOM Viral Marketing on Purchase Decisions for Hand Body Lotion Marina Products. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2597-5234.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi-4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top Brand Index. (2024). Retrieved from [www.topbrand-award.com](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=188&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2024&brand1=Body%20Shop&brand2=Citra&brand3=Marina&brand4=Nivea&brand5=Vaseline):
https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=188&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2024&brand1=Body%20Shop&brand2=Citra&brand3=Marina&brand4=Nivea&brand5=Vaseline

- Veronica, E. (2024). Pengaruh Perceived Quality dan Word of Mouth Terhadap Purchase Decision Hand & Body Lotion Marina pada Mahasiswa STIE Pembangunan Tanjungpinang.
- Yudanegara, A., & Rahmi, P. P. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 46-59.

