

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Anjar, Y. A. (2023). Kecantikan sebagai \_ideal self\_ perempuan (studi kasus di Klinik Azqiara, Kecamatan Baiturahman, Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(2).
- Andaresta, M. (2023). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Akun Facebook@ Mak Dhito. *Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang*.
- Anggreini, D., Saputri, M., & Sari, N. (2024). Mengenal Lebih Dekat Nilai SPF (Sun Protecting Factor) dalam Kosmetik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 3(1), 33-38.
- Atmaja, N. P. C. D., Pratama, I. M., dan Manek, D. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Lazada Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(2), 310-323.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., dan Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Dwiastanti, A. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada amstirdam coffee di malang. *Inspirasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 600-610.
- Ghozali. (2016). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). E-WOM Scale: Wordof-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*.
- Jogiyanto dan Willy Abdilah. 2014. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE
- Khoirunnisa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Nivea Di Jakarta

Selatan. *Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.*

- Kholidah, N., dan Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit Nem.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2020). *Marketing. Management (15th ed.)*. Pearson Pretice Hall.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Kurniawan, Y. D., dan Prijati, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(1).
- Lestari, T. D., Fauzan, F., Markoni, M., dan Hartini, H. (2024). The Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Mahasiswa Iain Kendari. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(2), 28-37.
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(1).
- Mariasih, A. A., dan Setiyaningrum, A. (2021). Peran eWOM Quality, eWOM Quantity, dan eWOM Credibility dalam Membentuk Corporate Image dan Mendorong Purchase Intention: Studi Empiris pada Jasa Pendidikan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19(1), 1-20.
- Maulidia, A., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 803-812.
- Nadja, R. A., dan Halimah, A. S. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit NEM.

- Octavini, N. A., & Suharto, S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online di Sociolla Pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Lampung. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, 1(1), 17-33.
- Oktavianti, A. N. R., Sarah, S., dan Wijaya, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sunscreen Wardah Ber kandungan 4-Methylbenzylidene Camphor (4-MBC). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 21-36.
- Permatasari, G. A., & Nugroho, A. A. (2023). Komparasi Peraturan Standar Mutu Tabir Surya yang Diperjualbelikan Antara Korea Selatan dan Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 4(3), 496-508.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal sains manajemen*, 7(1), 1-17.
- Rahmah, R. M., dan Supriyono, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352-2359.
- Rahmawati, C., dan Endriastuti, Y. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Oli Shell (Studi Kasus Konsumen Pengguna Oli Sheel Pada CV. Sinar Mustika Jaya). *Jurnal Mirai Management*, 9(3), 289-292.
- Ramadhan, S. K. (2024). *Hubungan Antara Pemakaian Tabir Surya Dengan Derajat Keparahan Melasma (Skor Mmasi) Pada Wanita Di Rsud Dr. Soegiri Lamongan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Rismawan, V. D., dan Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Nivea Hand dan Body Lotion Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 13(6).
- Septiana, E. (2023). Hubungan Pengetahuan Tentang Sunscreen dan Pengetahuan Tentang Bahaya Paparan Sinar Matahari dengan Perilaku Penggunaan Sunscreen pada Pegawai Rumah Sakit Bandar Negara Husada Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Indonesia (JIKMI)*, 4(1).
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., dan Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 122-136.

- Solikhah, L. M., dan Aminah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pemasaran Viral E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Marina. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1478-1486.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tuyu, V., Moniharapon, S., dan Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Iklan Online dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi pada Konsumen BAG Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(3), 227.
- Wadoe, M., Syifaudin, D. S., Alfianna, W., Aifa, F. F., Narlika, D. P., Savitri, R. A., ... dan Sulistyarini, A. (2019). Penggunaan Dan Pengetahuan Sunscreen Pada Mahasiswa Unair. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 6(1), 1-8.
- Widolaras, R., dan Ikhsanto, M. N. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tabir Surya Wajah untuk Kulit Berminyak Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 8(2), 431-440.
- Wira, A., & Pangestu, S. (2022). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Pada Kopi Kenangan Ruko Mall of Indonesia. *Human Capital Development*, 9(3), 1-12.