

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Bastos, W. (2020). "Speaking of Purchases": How Conversational Potential Determines Consumers' Willingness to Exert Effort for Experiential Versus Material Purchases. *Journal of Interactive Marketing*, 50, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.10.001>
- Belanche, D., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Followers' reactions to influencers' Instagram posts. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/SJME-11-2019-0100>
- Dear Me Beauty website*. <https://www.dearmebeauty.com/>
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Fimela website*. <https://www.fimela.com/>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456.
- Haasiani (2021). *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing*. Kompas. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Jeong, E. H., & Jang, S. C. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356–366.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476.
<https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Kartika, C., & Piranti, D. D. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TWITTER @batikair TERHADAP BRAND IMAGE. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(01), 104–116.
- Kemenperin: Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. (n.d.). Retrieved June 2, 2021, from <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
- Kharis, I. F. (2011). Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–60.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (edisi kesebelas). Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (edisi kedua belas). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi ketiga belas). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS: 22 Pengolahan Data Terpraktis* (A. Prabawati, ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Riduwan. (2009). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Ryan, Damian., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. Kogan Page Limited.
- Santoso, Singgih. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.