

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 908–921.
- Antara News. (2022, July 29). *Menggeliatkan ekspor produk kosmetik Tanah Air..* [Diakses 23 Mei 2023]
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan. Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *JMMIB*, 2(1), 14–25.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian . *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision . *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90.
- Auriel, T., & Yosepha, S. Y. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Konsumen Jabodetabek. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(3), 244–254.
- Cahyaningrum, F. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Celebrity Endorser Dan Country Of Origin Terhadap Purchase Intention. *KIMU*, 1(1), 851–871.
- Compas. (2022). *Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing.* <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Compas. (2022). *Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal dan Impor Bersaing Sengit!* <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Datanesia. (2023, April 7). *Jalan Mundur Industri Kosmetik.* <https://datanesia.id/jalan-mundur-industri-kosmetik/>. [Diakses 29 Mei 2023]
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32.
- 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*, 2(2), 181–191.
- Ghozali, I. (2019). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS (7th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.

- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). A Literature Review on The Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision. *Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.34>
- Irtanti, E. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream. *Skripsi UINSA*, 1–127.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169–2188. <https://doi.org/10.1002/asi.21149>
- Katadata. (2022, September 3). *10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon#:~:text=tiga%20merek%20kosmetik%20milik%20paragon,purbasari%20dipilih%20oleh%2014%25%20responden>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Katadata. (2023, May 3). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). PT. Index.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187–198.
- Kusumawardany, N. L., & Sharif, O. O. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Twitter Terhadap Brand Attitude Dan Purchase Intention Shopee Food Indonesia. *EProceedings of Management*, 9(5), 2867–2873.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social Marketing: Behavior Change for Social Good* (6th ed.). SAGE Publications.
- Luxcrime. (2023, May 23). *About Us*. <https://luxcrime.com/pages/about-us>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2019). *Perilaku Konsumen* (12th ed.). Refika Aditama.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2019). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Erlangga.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace

- (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3(1), 1096–1104.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- PPAK. (2021). *Data Penjualan Kosmetik Satu Dekade Terakhir*. <https://ppakosmetika.com/>.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica*, 4(1), 117–14.
- Riswandi, D. (2019). *Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam* (1st ed.). Universitas Nahdlatul Ulama NTB.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1), 96–106.
- Schiffmann, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behaviour* (14th ed.). Prentice Hall.
- Siddiqui, M. S., Siddiqui, U. A., Khan, M. A., Alkandi, I. G., Saxena, A. K., & Siddiqui, J. H. (2021). Creating Electronic Word of Mouth Credibility through Social Networking Sites and Determining Its Impact on Brand Image and Online Purchase Intentions in India. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 1008–1024. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040057>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik* (2nd ed.). Rajagrafindo Persada.
- Sitorus, E. S. (2022). Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian Di Rokan Hulu Riau. *Skripsi Unimed Area*.
- Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Media Akuntansi Perpajakan*, 2(2), 40–53.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik* (4th ed.). Andi Publisher.
- Wang, X., Liu, Y., Wang, S., & Chen, H. (Allan). (2022). Keep it vague? New product preannouncement, regulatory focus, and word-of-mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102847. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102847>

- We Are Social. (2023, January 2). *Digital 2023*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Yulianto, A. (2023). *Bahas Trend Kosmetik 2023, Perusahaan Kosmetik Jabar Gelar Pertemuan Anggota*. <https://rejabar.republika.co.id/berita/rmnt3a396/bahas-trend-kosmetik-2023-perusahaan-kosmetik-jabar-gelar-pertemuan-anggota>. [Diakses 23 Mei 2023]
- Zaltman, G., & Wallendorf, M. (2018). *Consumer Behavior* (20th ed.). Prentice Hall.
- Wibowo, S., Siregar, S. (2023), Pengaruh Kualitas Produk Dan *Electronic Word Of Mouth* (EWom) Terhadap Minat Beli Pada Produk Skincare Somethinc. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 739 - 748.
- Putra, I., Tuti, M. (2022), Pengaruh Kualitas Produk Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Pelanggan Di Esterakyat. *Journal of Culinary*, 3(2).
- Kawalo, O., Wenas, R., Rogi, M. (2022), Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Etsuko Kitchen Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1340-1351.