

DAFTAR PUSTAKA

- Abelista, K. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Uma (Studi Kasus Konten Tagar Racun Tiktok). *Journal Pemasaran*, 2(13), 21. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19229%0Ahttps://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/19229/2/188530091%0A-%0AKEzia%0AAbelista%0AHutagalung%0AFulltext.pdf>
- Alam, D. R., Hismi, Sahrul, & Suyatna, R. G. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Manuhara*, 2(1), 313–323. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/630>
- Anggita Putri Wulandari. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Online Customer Review, Integrated*. www.iainkudus.ac.ad
- Anita, S., & Fajarini, S. D. (2022). Pengaruh Facebook, Instagram, Dan Whatsapp, Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah Pada Pelanggan Di Kota Bengkulu. *Jurnal Madia*, 3(1), 50–61. <https://doi.org/10.36085/madia.v3i1.4722>
- Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 73–79. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/299>
- Atikah, D., Rahma, F., Socika Putri, M., Hilmiyani, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). Analisis Harga Dan Kualitas Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 27–33. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Azhari, M., & Sazali, H. (2023). Eksistensi Produk Wardah Dalam Pemasaran Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 244–258. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.37>
- Bahri, S., & Rosita, E. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Toko Ridha Kota Langsa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(1). <https://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/article/view/489%0Ahttps://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/article/download/489/352>
- Bastian, F., & Rino. (2023). Pengaruh E-Wom, Brand Image dan Brand Trust yang Dimoderasi oleh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Negeri Padang Angkatan 2019-2022). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 16672–16682.

- Damayanti, S. (2024a). *Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote Di Kota Kediri*. 134–143.
- Damayanti, S. (2024b). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada bakso pak ndut kediri 1),2),3)*. 3, 1008–1016.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Ersa Fadilla Darmawati Putri, Heri Prabowo, & Bayu Kurniawan. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(3), 178–187. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.875>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Handayani, N., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Skincare Somethinc Di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 214–226. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Hikmah, A., Saryadi, & Susanta Nugraha, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 398–404. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Himmah, A. R., & Prihatini, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153–1161. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31359>
- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- ISTIASIH, H. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Income Anggota Dwp Upt Psda Ws Brantas Di Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 30. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v1i2.17985>
- Jatmiko, U., Budiyanto, & Wijayanti. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Merek Poco Phone. *Jurnal Volatilitas*, 6(1), 10–26.
- Juli, N., & Nuraini, D. (2024). (2) *Kampus Akademik Publishing*. 2(7), 358–367.
- Kusuma, A. C., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan

- Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 118–126. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33528>
- Liliana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Bilibli.Com Di Jakarta. *Manajemen*, 27.
- Maharani, T. R., Alif Dartanala, M., Maharani, A. D., Aisatou, H., & Jallow, R. (2022). Keputusan Pembelian Pada Promo Tanggal Kembar Platform E-Commerce Shopee. *Universitas Negeri Surabaya 2022* |, 01, 674–684.
- Manajemen, S. N., & Akuntansi, E. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN CONTENT MARKETING*. 1, 232–242.
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775–2790. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.903>
- Mohammad, A. Y., Kurniawan, & Emilda. (2024). Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Mobil Listrik di Palembang Studi Kasus Wuling Air EV. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 5862–5868.
- Muchsinin, & Rahmawati, T. (2020). Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian. *SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(2), 188–203.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42–49. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1434>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: El-Mal: *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Puspitasari, K. A., & Titik Desi Harsoyo. (2023). Pengaruh Label Halal, Electronic Word of Mouth Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Manajemen Dewantara*, 7(3), 126–140. <https://doi.org/10.30738/md.v7i3.15590>
- Ramadhan, S. cahya, & Teddy Saputra, I. T. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Konsumen Artfresh. *Performa*, 7(4), 455–465. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2150>

- Rika Widianita, D. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN ELECTRONIC TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Safa'atin, H. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Lokal. *Journal of Economics and Social Sciences*, 12(1), 46–50. <http://journal.wima.ac.id/index.php/jes/article/download/5591/3666>
- Safitri, I., & Indra, N. (2024). Pengaruh Harga dan E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 193–206. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/449/510>
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022.*
- Salsabila, S., & Pradana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di E-Commerce Shopee. *E-Proceeding of Management*, 10(4), 2424–2433.
- Sasi, K., Azizah, N., Murdiyanto, E., Munawaroh, N. A., Jauhari, A., & Kadiri, U. I. (2024). *Issn : 3025-9495*. 8(8).
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). *PENGARUH PROMOSI ONLINE , ULASAN PRODUK DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MADUMONGSO BU BINTI DI. 2*, 400–409.
- Sugiyono, P. D. (2020). *760987751-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020.pdf*.
- Syahnita, R. (2021). “Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow” (Studi pada Masyarakat Profesional Konsumen Asa Beauty Ms Glow Kota Semarang). *Modul Biokimia Materi Metabolisme Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat*, 13(2), 6.
- Talumantak, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Hours Coffee and More Jakarta. *Human Capital Development*, 10(3), 1–10. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>

- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 1370–1385.
- Zahidah, N. A., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah di Toko Indah Kosmetik Kab. Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 593–600. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/38323>
- Zulfahmi, A., Rayhan, A., & Ramanda Saputra, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 124–138. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.284>