

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 151–164. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p151-164>
- Anggraini, M., Fitriani, & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial. *Jurnall Ekonomak*, 6(3), 1–8.
- Ardha, B., & R, D. A. (2022). Analisis Komunitas Virtual Brand Tory Burch Lovers Indonesia Di Facebook Dalam Proses Keputusan Pembelian Tas. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 9–16. <https://doi.org/10.30998/g.v2i2.1223>
- Arfah, F., & Sari, D. P. (2024). Strategi Penerapan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Bantu Dengar Di Cv. Earsound. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 8(2), 1190–1202. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4271>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Pengaruh Terpaan Sales Promotion pada Instagram Ads dan Intensitas Membaca Online Customer Review pada Female Daily Terhadap Keputusan Pembelian Toner Avoskin Beauty*. 6.
- Atsila, R. E., Saroh, S., Krisdianto, D., & Bisnis, J. A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Online Consumer Review, Dan Integrated Marketing Communication Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealshy Shoes). *Jiagabi*, 9(1), 35–42.
- Badzlina, N. A., Artiningsih, D. W., Manajemen, P., Ekonomi, F., Manajemen, P., Ekonomi, F., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (n.d.). *Analisis pengaruh citra merek (brand image), harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian wardah lipcream matte*.
- Bagaskara, B. P., & Kana, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 35–56. <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/233>
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan

- Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(1), 25–40. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Duha, M. G. P. D. dan T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ginting, I. M. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 131–143.
- Jaelani, A., & Retnowati, W. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Pemasaran*, 3(2), 21–30. <https://doi.org/10.29303/jrp.v3i2.4785>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khotimmah, N., Giningroem, D. S. W. P., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Madame Gie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020). *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 826–844.
- Lubis, A. A., Rahim, R., Informatika, M., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Kecantikan Pada Mahasiswi Manajemen Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Sukma Medan) the Influence of Social Media Use on Purchasing Decisions (Case Study of Beauty Product. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(3), 752–765.
- Lumintang, F. Y., Pio, R. J., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Perilaku

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution Kota Manado. *Productivity*, 3(4 SE-Articles), 361–366. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/42989>

Mahartriana, N. C. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada Platform E-Commerce. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, September 2023*.

Mardiansyah, F. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(12).

Misnawati, & Sumarni, I. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat-obatan di Apotek Zafira Ruhama. *Japb*, 3(2), 1322–1331.

Ningrum, A. Y., Tyas, Y. I. W., & Sulaiman, A. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Abc.Cookies Banyuanyar Kab.Probolinggo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 2138–2151. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1203>

Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *International Journal of Business*, 4(2), 62–69. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (M. T. Jibril, Ahmad S.T. (ed.)).

Putri, Y. G., Hidayati, N., & Rizal, M. (n.d.). Pengaruh Customer Review, Customer Rating dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*. www.fe.unisma.ac.id

Rahmawati, F. P. I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Pixy Cosmetics di Kota Surabaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2823–2835. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4229>

Razak, A., Maulidaini, S., Mustofa, A., Suraiya, N., & Anggraini, I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Shop The Influence of Prices and Consumer Confidence on Students' Purchasing Decisions in Live

- Streaming Tiktok Shop Application. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 136–146. <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/>
- Regita, R., Admiral, & Jaka, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Converse di Tigaraksa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Jubisma*, 5(2), 1–23.
- Rini, Y. F., Wahyudi, H., & Amrullah. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 379.
- Rohani, A., Simatupang, L. N., & Prasetya, G. H. (2022). Analisis Promosi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Merek Dan Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Keputusan Memilih Pelatihan Prakerja Di Pintaria. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 82–102. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i2.206>
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 50.
- Santosa, S., & Rachman, W. (2024). Analisis Strategi Penjualan Yamaha Nmax 155 Di Dealer Yamaha Metro Perkasa Motor. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(1).
- Sari, N., & Parawansyah, K. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Maybeline Di Shopee. *Jurnal Educatio Amerta*, 3(1), 120–125. <https://journal.danisapublisher.id/>
- Soetanto, J., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 51.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, P. D. (2018). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Utami, S. A. R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah di Kota Sukabum. *Cakrawala Repositori*, 2(2), 40–49. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v2i2.28>
- Wulandari, R., Ghofur, A. R., & Adriansyah, W. (2024). The Beauty of a Local Brand that Becomes Queen in Its Own Country : A Brandmorphosis TM Analysis of Wardah. *Journal of Branding and Marketing Communication*, 5(2), 93–107. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v4i2.394>
- Yendra, H., Pradhanawati², A., Hermani, A., & Seno, D. (2022). Pengaruh Promosi

Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Yudi Kurniawan, K., & Albari, A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 52–66. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>

Yulianyah, febriana putri, Wahono, B., & ABS, M. K. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2020). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 510–518.

Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–452.