

DAFTAR PUSTAKA

- Atulkar, S. (2020). Brand trust and brand loyalty in mall shoppers. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(5), 559-572. Kotler dan Keller 2015
- Apsari, A. P., & Maulana, A. (n.d.). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Make Over Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Februari, 2024(4)*, 29–40.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10499134>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39.
<https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Cahyani, M., & Ghazali, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2, 41–53.
<https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.525>
- Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Make Over Di Makassar) Electronic Of Mouth (E-Wom) On Purchase Decisions Mediated By Brand Trust (Study On Make Over Consumers In Makassar).* (n.d.).
- Ernawati, D. (2019). pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadhilah, F., Putri Wenang L, F., & Affifatusholihah, L. (2021). Factors affecting trust on purchase decisions through E-Marketplace. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4), 1120-1129.
- Fatmaningrum, Sakti Riana, Susanto Susanto, and Muinah Fadhilah. "Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman

- Frestea." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 4.1 (2020): 176-188.
- Febrian, H., Arnolt, ;, & Pakpahan, K. (n.d.). Efek Mediasi E-WOM Dalam Hubungan Variabel Antara Aktivitas Content Marketing, Electronic Promotion, dan Customer Intention To Buy. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 06(2), 2023. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i2.28461>
- Garvin, D., dan A. Dale Timpe. (2011). Seri Ilmu dan Seni Manajemen Bisnis“Kinerja”. Jakarta: Gramedia Asri Media.
- Hasan, N., Program, S., Manajemen, S. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pekalongan, U. (n.d.). *prosiding seminar nasional ekonomi bisnis (senesis) 2024 pengaruh harga, kualitas produk , kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimoderasi minat beli*.
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan, P., Amalia, F., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis | 205. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
- Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Marissa Grace Haque, P., & Grace Haque, M. (n.d.). *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada pt. berlian multitama di jakarta*. 21(1). *Product Quality variabels and Price variabels have simultaneous influence on Consumer Satisfaction*. (n.d.).
- Putri, H., & Hidayah, R. T. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Skincare Avoskin Beauty Melalui Platform Media Sosial Tiktok. Jmbi Unsrat(Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 10(2), 1564–1576. <https://doi.org/10.35794/JMBI.V10I2.50227>
- Regina, N., Baskara, D., & Nurwidawati, D. (2022). *Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan*

E-commerce The Relationship between Consumer Trust and Purchasing Decisions in E-commerce Customers. 10(02), 1001–1013.

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.

Sartika, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bunda, P. (n.d.). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen the effect of trust and ease on online purchase decisions in pekanbaru.*

<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

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.

Sepfiani, P., Lathief, M., Nst, I., & Harahap, M. I. (n.d.). Impact of electronic Word-of-Mouth, product quality, and brand image on purchasing decisions in the skincare industry. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5, 2023.

Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & 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.

Sithiyuki, S. F. (2024). pengaruh kualitas produk dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian motor melalui kepuasan pelanggan pada pt. surya gemilang motor surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(1), 56–66. <https://doi.org/10.37504/jmb.v8i1.640>

Turnip, S. D., Setyanto, E., & Hidayat, R. T. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah di Kota Bekasi). *jurnal kewirausahaan, akuntansi dan manajemen tri bisnis*, 5(2), 252–269. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.305>

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55.

<https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>

- Sudirman, H. A., Sartika, D., Anindita, M., & Anshari, R. (2023). The role of brand experience and E-Wom on purchase decisions. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 12(4).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). ALFABETA.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Deepublish.
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian* (1 ed.). KBM Indonesia.
- Rukajat, A. (2018a). *Pendekatan penelitian kualitatif* (Qualitative Research approach). Deepublish.
- Rukajat, A. (2018b). *Pendekatan penelitian Kuantitatif Quantitative Research approach* (1 ed.). Deepublish.
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Ar-Raniry Press.
- Rahmawan, Ginanajar, and Rizki Hidayat. "Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia." *Jurnal Manajemen* 12.2 (2020): 227-232.
- Wijayanti, A., & Nainggolan, B. M. (2023). improving purchasing decisions through price perception and product quality: the mediating role of brand image in botanica apartment. In *Journal of Management and Leadership* (Vol. 6, Issue 1).
- Napitupulu, Mulya Hasudungan, and Supriyono Supriyono. "Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Surabaya." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5.2 (2023): 789-800.
- Nurvita, R. A., & Saputro, E. P. (2024). The Effect of Product Quality, Price Promotion and Brand Image on Purchasing Decisions at Somethinc Skincare.
- Ristanti, Vivi, and Indah Fajriati. "pengaruh electronic word of mouth dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online di marketplace shopee." *jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan* 3.2 (2023): 14-29.

Toji, Emili Martines, and Inda Sukati. "Pengaruh Online Customer Review, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop." *Economics and Digital Business Review* 5.2 (2024): 675-688.

Vitara, A. F., & Sari, P. N. (2024). Enhancing Purchase Decisions: The Role of E-WOM, Online Customer Review, and Free Shipping Promotion. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 3(1), 67-80.