

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Digital Marketing. 2020. Data Produk Kecantikan Terlaris di E-Commers. <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/amp/>. 10 November 2021 (23.00)
- Abdillah, W., dan Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: ANDI.
- Afrina, Y., S. Tasneem., K. Fatema. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age.
- Dayanti, D. 2021. Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth), Digital Marketing dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kosmetik Sari Ayu Kabupaten Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri. Salatiga.
- Dewi, N.M.P., I.G..A. Imbayani dan P.K. Ribek. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS 2(2)*: 1-15.
- Diansyah, dan A.I. Nurmalasari. 2017. Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal Of Business Studies 2(1)*: 84-98.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS 19. Edisi Kelima. Penerbit. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J.R., Willian, C.B., Barry, J.B., dan Rolph, E.A. 2010. Multivariate Data Analysis (7th ed). United States : Pearson.
- Hasan, Ali. 2010. Pemasaran dari Mulut ke Mulut. Yogyakarta: Media Presindo.
- Islammudin, dan R. Depa. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Di Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple Yang Di Mediasi Word Of Mouth Marketing (Studi Kasus Pada Queeniphone Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam 4(1)*: 1-17.
- Irwan dan K. Adam. 2015. Metode Partial Least Square (PLS) dan Terpaannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains 9(1)*: 53-68.

- Isyanahapsari, S., dan Nurseto, S. 2018. Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Belanja Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-12.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Khazim, I.A., 2016. Pengaruh Strategi Internet Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Lazada.co.id Dalam Berbelanja Online Melalui Variabel *Electronic Word Of Mouth (EWOM)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 21(2): 80-94.
- Mulyansyah, G.T dan R. Sulistyowati. 2021. Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-WALK Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(1): 1097- 1103.
- Rasyid, R.A., S. Moniharapon., dan I. Trang. 2018. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA* 6(4): 1-10.
- Sa'adah, L. 2018. Efektifitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang
- Saputra, G.W dan I.G.A.K.S. Ardani. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen* 9.(7): 1-25.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Cetakan ke-19. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta.
- Sumangla dan Panwar. 2014. *Capturing, Analyzing, and Managing Word Of Mouth In The Digital Market Place*. Hersey, Pennsylvania.
- Sunyoto, D . 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS (*Center of Academic Publishing Service*).
- Suryati, L. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab Yang Di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3(1): 104-119.

- Syahidah, R.A., 2021. Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid-19. *HUMANIS (Humanities, Management and Science)* 1(2): 1-11.
- Wiranata, I.K.A., A.G.P. Agung., dan I.M.S. Prayoga., 2021. Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS* 2(3) 133- 146.
- Yunefa, A. dan S.E. Sabardini. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis* 1(2) 171-186.

