

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Manajemen Equitas Merek, Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*.
- Agustin, R., S. Hendriani dan S. Syapsan. 2020. The Effect of Brand Image and Service Quality on The Decision to Choose With Word of Mouth as Mediation Variable at Prof. Dr. Tabrani Hospital Pekanbaru. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND APPLICATIONS*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.31258/ijeba.5.2.25-44>
- Aisah, I. N., dan Wahyono. 2018. Influence of Store Atmosphere, Product Knowledge and Brand Image toward Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 7(2), 189–200.
- Amelia, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Astaki, N. P. D. P. P. dan M. N. Purnami. 2019. *Peran word of mouth memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen*. *E- Jurnal Manajemen*, 8(9), 5442-5461.
- Budiyanto, T. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembeliandan Minat Merefereasikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT.Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 16(4), 488-500.
- Compas.co.id. (2022). Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia Dengan Penjualan Di Atas Rp 10 Miliar. Diakses pada 1 Februari 2025, dari <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>.
- Compas.co.id. (2022). Top 10 Brand Serum Terlaris 2022 Di Shopee dan Tokopedia. Diakses pada 1 Februari 2025, dari <https://compas.co.id/article/10-top-brand-serum-terlaris-2022-data-penjualan/>.
- Damayanti, E. 2023. Economics and Digital Business Review Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Bandar Lampung. *Economics and Digital Business Review*, 4, 327–344.
- Fahmi, 2016. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Bandung: Alfabeta.

- Fahrizal, M., H. Hadita., N. S. Komarian., D. P. Faeni dan Y. Hendayana. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Melalui *Electronic Word Of Mouth* pada UMKM Bakso Perintis Bogor. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(3), 201–215.
- Garvin, D. A. 1987. Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.
- Ghozali, I. 2021. *Structure Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2016. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. 2010. *Electronic Word of mouth Marketing*. Jakarta. Medpress.
- Hair, J. F., G. T. M. Hult., C. M. Ringle. dan M. Sarstedt. 2013. A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- Hidayat, A. 2007. *Strategi Six Sigma Peta Pengembangan Kualitas dan Kinerja Bisnis*.
- Ismagilova, E., Rana, N. P., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the factors affecting eWOM providing behaviour. *European Journal of Marketing*, 55(4), 1067–1102.
- Jogiyanto, H. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. BPFE.
- Kertajaya, H. 2014. Marketing in Challenging Time. *Gramedia Pustaka Utama*.
- Khoiruman, M., P. S., dan A. N. Mukhamad. 2022. Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui electronic word of mouth sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(2), 199–212.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Penerbit Prenhalindo.
- _____ dan _____. 2014. *Principles of marketing (15th ed.)*. Pearson Education.
- _____ dan _____. 2013. *Manajemen Permasaran Edisi Jilid 1*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- _____ dan _____. 2019. *Marketing management (15th ed., p. 249)*. Pearson Education.

- Larasati, R. N. dan A. N. Chasanah. 2022. Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Liputan6. com. (2024, 11 Oktober). Fantastis Industri kecantikan Indonesia bisa raup Rp 142 triliun di 2024. Diakses pada 1 Februari 2024, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5745768/fantastis-industri-kecantikan-indonesia-bisa-raup-rp-142-triliun-di-2024?page=3>.
- Lupiyadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. *Salemba Empat*.
- Muadifah, A., dan K. Ngibad. 2021. Program Pendampingan Cara Pemilihan Produk Skincare Aman Untuk Kulit Sehat Bagi Ibu-Ibu Paruh Baya Di Desa Kreet Kecamatan Srengat. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 88–96. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.15311>
- Nasirudin, M., D. Yulisetiari dan Suroso, I. 2018. Pengaruh Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Electronic Word Of Mouth Perusahaan Conata di Jember. *Jurnal Relasi*, 14(1), 68–86.
- Nugroho, S. 2008. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Nugraheni, D. R., K. A. Akhmad dan E. D. Rahmawati. 2023. Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Nevada pada Matahari Departemen Store di Surakarta. *Edunomika*, 7(2), 1–15.
- Pandensolang, D. J., dan H. N. Tawas. 2015. Pengaruh Diferensiasi Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. In *Jurnal EMBA* (Vol. 3, Issue 3).
- Pranandha, K. E. S., dan W. M. N. Kusumadewi. 2022. Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 443. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p02>
- Riyanto, F. D., N. Rachma, dan M. Hufon. 2019. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Electronic Word of Mouth sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Online Shopping Shopee pada Mahasiswa Rusunawa II Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*. www.fe.unisma.ac.id
- Sari, I., Rinawati, T., dan Rizkiana, C. 2022. Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) dan online consumer review (OCR) terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(2), 160–169.

- Saraswati, A. R., dan Giantari, I. A. K. 2022. Brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(5), 725–736.
- Septiani, I., Udayana, I., dan Hatmanti, L. T. 2022. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1), 42. <https://doi.org/10.32493/drj.v5i1.17205>.
- Setyani, A. D., dan R. E. Prabowo. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding SENDIU*.
- Sudana, I. M., dan J. Mulyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS (Tim Perti I, Ed.)*. Erlangga.
- Sudarman, G. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen*. 515–526.
- Sudarmin. 2023. Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 310–316.
- Sungadjii dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CAPS.
- Sugianto, B., B. Supriadi. dan H. Respati. 2022. The Effect of Product Quality and Service Quality On Purchase Decisions Through Electronic Word Of Mouth At PT Hosana Inti Branch Malang. . . *Journal of Marketing and Cosumer Research*, 85, 1–8.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2012. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia*.

- Tjiptono, F. 2011. *Manajemen & Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- _____. 2015. *Strategi pemasaran (ed. 2)*. Andi.
- _____. 2019. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ulya, F., dan S. Rosyidi. 2022. Pengaruh citra merek dan strategi promosi melalui media sosial dimediasi *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah*, 1–14.
- Widodo, S. 2022. *Manajemen Strategik: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Nasya Expanding Managemen.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Edisi 1*. PT Indeks Jakarta.
- Yafie, A. S., Suharyono, dan Y. Abdillah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11–19.

