

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim, Marjiati Sangen. 2019. Pengaruh Content Marketing, *Sales promotion*, Personal Selling, dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti di Banjarmasin, *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 3. No.1.
- Andrian. 2021. *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Andrean, & christophorus Indra dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Barus, Mika Debora Br, Meigia Nidya Sari dan Farah Thahirah, *Monograf Analisis Keputusan Investasi Melalui Struktur Modal dalam Menentukan Nilai Perusahaan dengan Menggunakan Sub Model Matematika Path Analysis Statistik pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia)
- Brahim, Nur Eli. 2021. *Akuntansi Dan Lembaga Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Reliabilitas, Regresi linier Sederhana, Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Darwin, Muhammad dkk. 2020. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Dosen STIE IPWIJA. 2017. *Belajar Manajemen Dimulai Dari Sini*. Jakarta: Ahlimedia Book.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Dewi, Nuning Nurma. 2021. Pengaruh Perspeksi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pembelian di Minimarket. *Jurnal Ecopreneur*. Vol. 4. No. 1.
- Febriana, Lidya. 2016. The Influence Of *Word of mouth* Communication Towards Brand Image Of Iphone On Student Of Political Science And Social Science Faculty Uiniversity Of Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 3. No. 2.

- Felita, Patricia. 2019. Pengaruh *Sales promotion* Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*. Vol. 4. No. 2.
- Hakim, Mochamad Luqmanul. 2022. Pengaruh *Influencer Marketing* dan Nilai Emosional Terhadap Niat Beli Produk Virtual Skin pada Game Mobile Legends: Bang-Bang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 10. No. 1
- Haryani, Dwi Septi. 2019. Pengaruh Periklanan Dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Puspanhari Asri Tanjung Pinang. *Jurnal Dimensi*. Vol. 8. No. 1.
- Herawati dan Angga Sanita Putra. 2023. Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal on Education*. Vol. 05. No. 02
- <https://compas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/> diakses pada tanggal 1 Juni 2023 pukul 14:05
- <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/> diakses pada tanggal 1 Juni 2023 pukul 15:41
- <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang> diakses pada tanggal 1 Juni 2023 Pukul 12:01
- Iswanto, Andrean Fredy. 2021. Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruang Guru. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 9. No. 1.
- Jaya, I Made Laut. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. London: Pearson Education.
- Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen*. Bandung: Bintang Sembilan Visitama.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi: Dasar Penerapannya Dengan R*. Jakarta: Kencana.

- Latief, Rusman. 2018. *Word of mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. *Fashion Marketing Communications*. Singapura: Markono Print Media Pte Ltd.
- Liana, Tri Melda Mei dkk. 2021. Pengaruh Kredibilitas *Influencer*, Harga, dan Media Sosial Terhadap minat beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*. Vol. 6. No. 4.
- Mesra. 2017. *Statistika ekonomi dan Bisnis*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Montolalu, Novel Apriyanti, dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Jurnal Productivity*. Vol. 2. No. 4.
- Ningsi, Wiwik Putri Wahyu dan Sri Ekowati. 2021. Pengaruh Promosi di Media Sosila dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*. Vol. 2. No. 1
- Oktavania, Widita Putri. 2019. Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Warda Exclusive Matte Lip Cream di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2. No. 1
- Osak, Derby Juliana & Yusepaldo Pasharibu. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 9. No 4.
- Paputungan, Putri Rizkia, Agus S Soegoto, dan Ferdy Roring. 2018. Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 6. No. 1
- Pasetyo, Bambang D. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Perdana, echo. 2016. *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB.
- Pradana, Dhedy, Syarifah Hidayah, Rahmawati. 2017. Syarifah Hidayah, Rahmawati, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal Universitas Mulawarman*. Vol. 14. No. 1
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2006. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.

- Ramadhina, Farah Fahira dan Krishna Kusumahadi. 2021. Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty E-Commerce Sociolla. *E-Proceeding of Management*. Vol. 8. No. 6
- Rahayu, Dian Sri, dan Bambang Sutedjo. 2022. Pengaruh *Country of Origin*, Persepsi Harga, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik YOU di Terang Beauty Demak). *Journal of Management & Business*. Vol. 5. No. 1
- Republic Indonesia, Kementerian Agama. 1998. *Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 254, Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penterjemah atau penafsiran Al-Qur'an.
- Riyanto, Slamet, Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Romadhoningrum, Gama Rossa dan Suryono Budi Santoso. 2022. Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Oleh Preferensi dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Kosmetik Sariayu Martatilaar di Semarang). Vol. 11. No. 3
- Septiani, Fauziah. 2022. *Dasar-Dasar Pemasaran Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of mouth Marketing*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Shimp, Terence A. 2007. *Advertising, promotion, and Other Aspects Of Integrated Marketing Communications 7th Edition*. Mason: Thomson Higher Education.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Soetanto, Arnold. 2012. Pengaruh *Sales Promotion* dan Physical Environment Dalam Membangun Brand Equity Terhadap Consumer Repurchase Intentions Gerai Icy Blue Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen: JUMMA*. Vol. 1. No. 2.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, Agustini dan Dae Sinka Romenda. 2023. Pengaruh *Influencer, Content Marketing*, dan Efektivitas Media Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Kojie San. *SEMANIS*. Vol. 1. No. 1

Wiyanti, Lilia Nungky Ebita. 2022. Pengaruh *Marketing Viral* dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening dalam Aplikasi Tiktok Shop. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (SENMA)*. Vol. 7. No. 1.

Yusup, Dede. 2019. *Pengaruh Experiential Marketing Agrowisata Kampoeng Jamboe Terhadap Word of mouth Pengunjung*. Banten: Sekolah Tinggi Administrasi Banten.