

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Anang, F. (2019). *Dr.M. Anang Firmansyah, SE., MM. June*, 398.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Aryanto, A. (2022). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Issue January). <https://infobrand.id/perilaku-konsumen-di-era-digital.phtml>
- Astuti, Miguna, dan agni Rizkita Amanda. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran. 1 ed. Sleman: CV Budi Utama.
- Badriyah Badriyah, Sukiyah Sukiyah, Siti Mariskah, & Riki Gana Suyatna. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Seblak Di Daerah Tirtayasa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 288–294. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.567>
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.
- Bright, D. S. et.al. (2021). *Principles of Management*. Texas: OpenStax.
- Bukhari Alma., (2019) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Cung, F. G., Setianingsih, R., & Liaw Bunfa. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 52–67. <https://doi.org/10.46806/jm.v12i2.979>
- Dafa, G. S. M., & Sari, D. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar Di Bandung). *E-Proceedings of Management*, 8(2), 1282–1291.
- Damayana, A. N., & Rohman, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Terciptanya Electronic Word of Mouth di Media Sosial Twitter (Studi Pada: Telkomsel)*. 2(5), 255. ???
- Erdawati, Enderwita, & Ria Widiyari. (2023). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Product Quality On Skincare Purchase Decisions. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1), 184–190.

<https://doi.org/10.54783/jser.v5i1.82>

- Fajar Permadi & Nanang Suryadi. (2019). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH Terhadap keputusan pembelian kamera DSLR-Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita (12-19)*.pdf file:///Users/tasya/Downloads/22-Article Text-50-1-10-2019093. 1–18.
- Florence, Ferlita, A., & Harianto, A. (2019). Pengaruh Online Review Terhadap Purchase Intention Di Hotel Budget Pada Online Travel Agent ( OTA ). *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 31–40.
- Gavin, D. A. (2019). *Managing Quality*. New York: Free Press.
- Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press
- Hadi, A. (2019). *PENGARUH E-WOM DAN BRAND TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION*. 1(11), 54–62.
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). FullBookManajemenPemasaranJasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Hasibuan, Malayu S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Edisi Revisi*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- HM Ritonga, ME Fikri, N Siregar, RR Agustin, R. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: CV Manhaji.
- Ika Pratiwi, R., Puspyta Sary, B., & Tri Nurviyanti, N. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dalam Pemilihan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman Bagi Remaja di Desa Setu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2021(2013)*, 2021. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Isabelle Goyette, Ricard Line, J., & Bergeron, F. M. (2020). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Volume 27: <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p09>
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu*

*Administrasi Bisnis*, 5(0), 52–59.

- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2019). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2019). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169–2188. <https://doi.org/10.1002/asi.21149>
- Juanim. 2020. *Analisis jalur dalam riset pemasaran pengolahan data SPSS & LISREL*. 1 ed. diedit oleh Trisnadewi Risa. Bandung: PT Refika Aditama
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 224-238.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis e-WOM, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-Commerce Shopee pada mahasiswa pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289-307.
- Khofifah, F. N., & Munawaroh, S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Pada Kalangan Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *MARGIN ECO*, 7(1), 1-8.
- Khoirunnisa, D. E. vitaloka, Wilanda, S. Di., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.749>
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Koesworodjati, Y., & Budiarti, R. H. S. (2023). *The effect of customer value and trust on customer satisfaction and its impact on customer loyalty*. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 9(3), 1273-1280.
- Koesworodjati, Y., (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Ancangan Pemikiran Strategis* (Edisi Kedua). Koperasi Jasa Informasi Karya Bersama (Infokarsa)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller and Alexander Chernev. 2022. *Marketing*

Management. Harlow, England: Pearson Education Limited.

- Kurriwati, N. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*, 1(1), 48-55.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Luxcrime. (2022). *Luxcrime: about Us*. <https://luxcrime.com/pages/about-us>
- Mazwar, M., & Kuleh, Y. (2023). Pengaruh E-WOM dan Kualitas Produk Serta Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 25(2), 408–417.
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 18-24.
- Pahlevi, Reza. 2022. 10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon. Katadata Media Network.
- Pangastuti, C. C., & Tjahjaningsih, E. (2023). On Loyalty to Scarlett Product Customers ( Study On Scarlett Customers in Pati City ) Pengaruh e-WoM Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk Scarlett ( Studi Pada Pelanggan Scarlett di Kota Pati. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(April), 2386–2395.
- Permatasari, P. R. (2020). Pengaruh Atribut Produk Dan E-Wom Pada Loyalitas Konsumen Dalam Memilih Kosmetik Wardah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pengguna Kosmetik Di Kota Magelang). *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 8
- Pramadanti, R., Kristiadi, A., & Riyanto, A. (2024). Strategi membangun loyalitas merek: Pengaruh kualitas produk, perceived value, dan e-wom melalui mediasi kepercayaan merek. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 129-148.
- Prayoga, I., & Rachman, M. (2020). *Setiap manusia memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing . Salah satu kebutuhan hidup manusia yaitu makan dan minum . Makan dan minum merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap harinya oleh manusia , oleh karna itu bisnis dibidang makanan dan mi*. 1(5), 136–140.
- Priansa, D. J. (2019). Pengaruh E-wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica*, IV (1)(2355–0295), 117–124.

- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 124–131. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1878>
- Putra, P. P. (2019). Evaluasi Bauran Promosi Pada Perusahaan Invynia. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 514–520.
- Putri, F., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449 – 460
- Quintania, M., & Sasmitha, S. (2020). Pengaruh desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen (Studi kasus pada konsumen lipstik Wardah kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Ramadhan, M. (2021). Metode Penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Robbins, S. P. et.al (2020). *Fundamentals of Management*. London: Pearson Education
- Rohana, T. (2020). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28-32.
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*.
- Safitri, N. P., & Mahfudz, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Wardah Di Kota Semarang)
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saori, S., Anugerah, D. M. O., Ayu, A. A. P., Ibrohim, & Al Mugni, K. (2021). ANALISIS KINERJA PEMASARAN PADA INDUSTRI MAKANAN (Studi Kasus UMKM CV. NJ Food Industries, Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 49–58.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani E., Siwiyanti L., Nursaidah. (2021). *Manajemen*

*Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru. (Anggota IKAPI).

- Sekar, S., Wibowo, A., & Siregar, S. (2023). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Pada Produk Skincare Somethinc. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 739–748.
- Simanjuntak, E. B. M. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Kosmetik Wardah pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis No 2 Vol 1. Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 62-71.
- Sirait, F. Y., Fitri, M., & Batubara, C. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Safi. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 450-464.
- Sofia, H. (2021). *Indonesia dan Proyeksi Pasar Kosmetik Terbesar di Dunia*. Antara. <https://www.antaranews.com/berita/2190778/indonesia-dan-proyeksi-pasar-kosmetik-terbesar-dunia>
- Soinbala, R., & Bessie, J. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Oncu's Fruit Dessert ). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen Pemasaran* (Vol. 2). Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 3 ed. diedit oleh Sutopo. Bandung: Cv Alfabeta.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Suryana, P., & Darmawanti, A. M. (2019). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Economac: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 3(2), 13-23.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Susanti, N. P. H., & Wardana, I. M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 253514.
- Sutowo, S., Muspita, N. C., Pradeta, F. D., & Fauzi, M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen: (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Make Over Tawang Sari Blitar). *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(2), 79-84.

- Syahla, A. M., & Irmawati, I. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Skincare Pada Generasi Muda Yang Dimediasi Oleh Brand Image. *Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 40-55.
- Tamon, N. P., Manoppo, W. ., & Temengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, brand experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ticoalu, F., Ondang, H., Tumanduk, N., Kaligis, D. D., Mulalinda, P., & Wowiling, F. (2019). PEMBERIAN ASAP CAIR DARI JERAMI PADI DALAM PENGOLAHAN CAKALANG (Katsuwonus pelamis) PRESTO ASAP. *Jurnal Bluefin Fisheries*, 1(1), 34. <https://doi.org/10.15578/jbf.v1i1.6>
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Scarlett Kendal). *Serat Acitya*, 7(3), 25.
- Winarso, W. & M. (2022). *Buku Manajemen Pemasaran (Vol. 2)*. CV. Pena Persada.
- Zainurossalamia, S. (2022). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.