

Daftar Pustaka

- Agustin, S., & Rusmayanti, D. S. (2021). The Influence of The Electronic Word of Mouth in Tiktok on Consumer Buying Interest in Shopee in The Era of the Covid-19 Pandemic in Bandung City. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(3), 31-38. <https://doi.org/10.61242/ijabo.21.186>
- Alawiyah, T. (2023). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Event Tanggal Kembar (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 5418-5426. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11896>
- Amalia, D. W., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Di Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik New Wardah Exclusive Series (Studi Kasus Kota-Kota Di Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 871-884. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.390>
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anggraini, A. R., & Hadi, M. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 179-185. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.535>
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Sales Promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian tiket bioskop melalui aplikasi tix id (studi pada pengguna aplikasi tix id di surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055-1061. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n1.p1055-1061>
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256-271.
- Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-service Quality Dan Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 181-191.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Harianto, A. O., & Yucha, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing PROMOSI Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Umaha. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 40-44. <http://dx.doi.org/10.51804/iej.v4i1.1663>
- Himmah, A. R. A., & Prihatini, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153-1161. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31359>
- Indrawani, I., & Mardian, I. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Di Kota Bima. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 401-421. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.848>
- Karundeng, E. F., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Erigo Di Marketplace Shopee Pada Pemuda Gmim Sion Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 873-884. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46462>
- Khanfar, I. A., & Dalbah, I. (2020). The Impact Of Using Sales Promotion Tools On Consumer Purchase Decision Of Convenience Goods At Amman City-Jordan. *International Journal of Management (IJM)*, 11(10). DOI: 10.34218/IJM.11.10.2020.047
- Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko, J. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187-198. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7885200>
- Kurniawan, A., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mainan Wong Toy's. *Kalianda Halok Gagas*, 6(2), 125-137.
- Lestari, S. F., & Gunawan, Y. I. (2020). Dampak Media Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Impact of Advertising Media and Sales Promotion on Cosmetic Product Purchase Decisions). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(02), 183-192. <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v17i2.479>

- Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2). <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n2.p%25p>
- Murdiani, T., Paramitasari, N., & Ramadhan, H. (2023, August). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Tokocrypto. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 240-248).
- Pranidia, D. M. A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online Bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Economina*, 2(7), 1625-1638. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.659>
- Pratama, R. A., Hasanah, R. I., & Wibasuri, A. (2023, November). The Influence of Virtual Try-On on Cosmetic Purchasing Decisions in the Shopee Application with Intervening Variable Purchase Interest. In *Proceeding International Conference on Information Technology and Business* (pp. 76-80).
- Prihadini, D., Krishantoro, K., & Nanda, I. F. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Survei pada pengguna aplikasi tiktok). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 84-93. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v4i2.3188.g1532>
- Prihartini, D., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter@ ohmybeautybank (Doctoral dissertation, Universitas AMIKOM Yogyakarta)
- Ramadhina, F. F., & Kusumahadi, K. (2021). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty E-commerce Sociolla. *eProceedings of Management*, 8(6).
- Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan Televisi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Bali. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(2), 130-137.
- Rositaningrum, A., Saroh, S., & Chanafi, A. (2023). Pengaruh Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Instagram (Studi Pada Mahasiswi Universitas Islam Malang Pengguna Produk Wardah). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 14(2), 104-113.
- Salamah, U., Andayani, S., & Maduwinarti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Herbalife Di Sidoarjo. *Sosialita*, 2(2), 1471-1481.
- Saputra, M., Sari, N., Wahyuningsih, Y., & Lislindawati, L. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENDER PRIA DI E-

COMMERCE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1527-1545.

- Sari, N., & Saputra, M. (2019). Pengaruh Intensity, Valence Of Opinion, Conten Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ekuivalensi*, 5(1), 26-38.
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Yogyakarta : CV Multi Pustaka Utama
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 190-209.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. (2020). Pengaruh Sales Promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Blibli. com). *Pro Mark*, 10(1).
- Yi, C. (2022, April). Research on the Influence of Online Reviews on College Students' Consumption Decisions. In 2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2022) (pp. 1967-1973). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220405.328>
- 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), 55-69. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>