

DAFTAR PUSTAKA

- Akrimah, N., & Salami, M. M. (2025). *The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Brand Image On Consumer Purchase Decisions For Cosmetics Wardah at Amelia Olshop Indistrict Cipondoh City Tangerang*. 3(5), 304–317. <https://jurnal.researchideas.org/index.php/neraca/article/view/598>
- Atila, C. W., Dalimunte, A. A., & Dharma, B. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine Di Kota Medan*. 12(1).
<https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v12i1.3927>
- Delilah, M. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Saimen Bakery Gerai Pasar Di Kota Jambi*. 116.
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. 7(2).
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeliling, A., Devi, N. N., & Goeliling, A. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific*. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 3(2), 49–61.
<https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v3i2.225>
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian*. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5380–5384.

<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press* (p. 61).
- Jawaad, A., & Abdilla, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. *Journal of Business Economics and Management*, 01(03), 714–722.
<https://jurnal.globalsciences.com/index.php/jbem>
- Ismagilova, E, Dwivedi, YK, Slade, E, & Williams, MD (2017). Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art., Springer,
<<https://doi.org/10.1007/978-3-319-52459-7>>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Kelller, L. K. (2022). Marketing Management. In *Pearson*. Pearson Education.
- Lestari, D., & Desi, L. tri. (2024). *Pengaruh e-wom dan harga terhadap keputusan pembelian produk hanasui*. 16(2), 28–37.
<https://jmk.uho.ac.id/index.php/journal/index>
- Najah, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Skintific (Studi Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syari'ah Uin Datokarama Palu)*. 01, 1–23.
- Prihadini, D., Krishantoro, & Fitra Nanda, I. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen

- Azarine (Survei pada pengguna aplikasi tiktok). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 84–94. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Puspita Sari, T., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 4(2), 85–92. <https://doi.org/10.37150/jimat.v4i2.2252>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Sinuraya, A. C., Iswiyanti, A. S., Wibowo, H. M., & Nengsih, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Equilibrium Point : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 107–133. <https://doi.org/10.46975/ebp.v6i1.189>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Trimulyani, S., & Cecelia, O. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine. *Prosiding EkonoI Kreatif Diera Digital*, 3(2), 1.

<https://journal.binainternusa.org/index.php/jekma>

Vitara, A. F. (2023). Analisis Pengaruh e-WOM, Online Customer Review, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Aplikasi Tiktok Shope. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).

Widyaningrum, F. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Azarine di Kota Magelang*. 1–139.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In *PT Kimshafi Alung Cipta*. www.publisher.alungcipta.com