

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, r., nuri yanti, m., & yuliana, d. (2023). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lokal di indonesia*. Jurnal manajemen pemasaran, 8(2), 145–156.
- Amalia, n. S., & rachmi, a. (2023). Pengaruh citra merek, *word of mouth* (mulut ke mulut) dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy. *Jurnal aplikasi bisnis*, 9(1), 211–216. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1>
- Apriany, n., rahayu, e., & nurhaliza, r. (2022). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah*. Jurnal ilmiah manajemen, 10(1), 45–54.
- Aruna, s. T., hariasih, m., & pebrianggara, a. (2024). *Pengaruh brand ambassador, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk garnier sakura glow*. Jurnal ilmiah mea (manajemen, ekonomi, dan akuntansi), 8(2), 228–234. <https://doi.org/10.52333/jimea.v8i2.4025>
- Devi ac, fadli um. Analisis keputusan pembelian produk e-commerce shopee di kalangan mahasiswa universitas buana perjuangan karawang. *J student res*. 2023;1(5):113-123.
- Goyette, i., ricard, l., bergeron, j., & marticotte, f. (2010). E-wom scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian journal of administrative sciences*, 27(1), 5–23.
- Gunawan, a., & japariato, e. (2022). *Peran personal selling dalam membangun kepercayaan konsumen pada industri kosmetik di indonesia*. Jurnal manajemen dan kewirausahaan, 24(3), 178–187.
- Hair, j. F., black, w. C., babin, b. J., & anderson, r. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson education.
- Himmah, a. R., & prihatini, a. E. (2021). Pengaruh citra merek dan electronic *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen pixy di kota semarang). *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31359>

<https://goodstats.id/article/brand-perawatan-kecantikan-lokal-menggeser-dominasi-brand-global-pada-2024-gqld2>

Isdayanti, r., & tri tartiani, y. A. (2024). The influence of brand image, promotion, and *word of mouth* on purchasing decisions (padurenan hotmie outlet). *Indonesian journal of economic & management sciences*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.55927/ijems.v2i1.7964>

Khaerunisa r, husain f. Experience dan persepsi perempuan terhadap dampak kesehatan kulit dalam keputusan penggunaan produk skincare. *Sosioglobal jpemikirdanpenelit sosiol.* 2025;9(2):113-132. Doi:10.24198/jsg.v9i2.61544
miranda sg. Pengaruh store atmosphere dan *word of mouth* promotion terhadap keputusan pembelian pada cafe kopi pedalaman jambi. *J din manaj.* 2021;9(4):189-200.

Kurniawati, n. I. (2025). Analisis pengaruh *word of mouth* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover di kota semarang. *Forum ekonomi: jurnal ekonomi, manajemen dan akuntansi*, 22(2), 1–15. <https://doi.org/10.30872/jfor.v22i2.7449>

Lestari, d. P., & widjanarko, w. (2024). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan *e-word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk fashion jiniso.id. *Jurnal economina*, 2(3), 50–60. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

Liana y. Bulletin of management and business pengaruh sosial media marketing dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Bull manag bus.* 2021;2(2):2021. <https://doi.org/>

Maharani s. Pengaruh harga, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen ufo elektronika surabaya). *J ilmu dan ris manaj.* 2021;10(6):1-16.

Mariana puspa dewi. Pengaruh store atmosphere, social media promotion, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di habbit eatery coffee malang mariana. 2021;2(2).

Maulana fr, hasnita n, evriyenni e. Pengaruh pengetahuan produk dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. *Jihbiz glob j islam*

bank financ. 2020;2(2):124. Doi:10.22373/jihbiz.v2i2.8644

Nugroho a, soliha e. Keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan: peran kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan celebrity endorsement. *Jesya.* 2024;7(1):226-242. Doi:10.36778/jesya.v7i1.1348

Pratama ferina nadya. Pengaruh store atmosphere, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (studi pada cafe kolong jember. *Skripsi.* Published online 2020.

Rahayu p, edward m. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen produk smartfren andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang universitas negeri surabaya). *J pendidik tata niaga.* 2014;2:1-16. Wwww.kompas.com

Rahayu, v. O. (2024). Pengaruh citra merek, social media marketing, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen es teh indonesia cabang tulungagung. *Jurnal kontemporer akuntansi*, 1(1), 1–12.

Saniyah a, firmansyah ma, futuwah ai. Pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk idealife di toko garden plastic. *J ilm manaj muhammadiyah aceh.* 2024;14(1):1-16. Doi:10.37598/jimma.v14i1.2042

Saputri, a., & habiburahman, h. (2023). Pengaruh citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada bakso aci mutia di bandar lampung. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 9(3), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37811>

Stainlaus steven bambang kusumo, yonathan palumian, nony kezia marchyta wls. Jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi peranan electronic *word of mouth* dan fear of missing out dalam. 2024;1(4):201-211.

Zuliawati zed e, nur vaidha s, aprilia utami s. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. *J glob ilm.* 2025;2(4):1-9. Doi:10.55324/jgi.v2i4.177