

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, D. S. (2016). *Media sosial Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Kencana.
- Augustinah, Ferdianty, and Widayati. 2019. "Produk-Produk Yang Ditawarkan." *Jurnal Dialektika* 4(2): 1–20.
- Bakhtiar, Hendra Jayusman, and Muhammad Jalaluddin. 2020. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Nindy Pernak Pernik Pangkalan BUN." *Magenta* 8(2): 87–89.
- Fitriana, Yandri Sudodo, and Lukmanul Hakim. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1).
- Gozali, Imam. 2018. *aplikasi analisis Dengan Program IBM SPSS 25*. edisi 9. Semarang: Badan penerbit UNDIP.
- Hadi Kusnadi, Adam. 2020. "pengaruh product involvement dan word of mouth (studi kasus konsumen di kota medan) (Studi Kasus Konsumen Di Kota Medan)."
- Han, Eunice goleman, daniel, boyatzis, Richard, Mckee, Annie. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Hasan, Ali. 2010. *marketing dari mulut ke mulut Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2018. *principles of marketing*. 17th ed. pearson.
- Kotler, Philip, and Lane Kevin Keller. 2016. *Marketing Manajement*. pearson education.
- Mudrajad Kuncoro 2011. *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Maani, Hikmatul. 2019. "Penggunaan Media Sosial 'Instagram' Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar." *Commercium* 1(2): 67–71. <https://core.ac.uk/download/pdf/230817427.pdf>.
- Moniharapon, Silcyljeova, Joyce Lapijan, and Selvany Chichilia Lotulung. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(3): 817–26.

- Muslihah, Fasihatul. 2018. 151 pengaruh social media marketing instagram terhadap keputusan pembelian produk fashion dalam pandangan islam.
- Pangastuti, Jasinta, Sudjiono Sudjiono, and Eni Prastiti. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri." *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 2(1): 69.
- Putri, Larassanti Eka et al. 2020. "perspektif halal dan sosial media pada." 3: 45–55.
- Rachma, Siti, Agus Hermani, and Wahyu Hidayat. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Di Koter Martha Tilaar Pasar Swalayan Ada Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7(4): 201–2011.
- Rumawung, Valerie et al. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi." *Productivity* 2(5): 433–38. www.bitebrands.com.
- Salaka, Ester Pradina, Wahyu Hidayat, Administrasi Bisnis, and Universitas Diponegoro. 2019. "pengaruh word of mouth , brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah kota semarang" : 1–10.
- Saputra, Gede Wisnu, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2020. "Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(7): 2596.
- Septika, Baiq Herdina. 2021. "pengaruh sosial media instagram terhadap keputusan pembelianskincare naavagreen cabang mataram." (July): 1–23.
- Sianturi, Anita Herawati. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mascara Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*: 44–48.
- Siswandi, Rizky Annisa, and Djawoto. 2019. "Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 8: 5.
- sugiyono. prof.Dr. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. 26th ed. Bandung: alfabeta CV.
- Sumardy,Marlin Selviana, Melina Melone. 2011. *Rest in Peace Advertising : Killed By The Power of Word of Mouth*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. *wordofmouth*.
- Susan, Gunelius. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. united states.
- Syamsiah, Siti Nur, Fauzan Muttaqien, and M. Ato'illah. 2018. "Analisis

Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang.” *Jurnal Riset Manajemen* 1(1): 114–26.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: penerbit Andi Yogyakarta.

Vija, Aida. 2021. “Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswa Tata Rias Dan Kecantikan Universitas Negeri Padang Oleh : Vija Aida Kata Kunci : Iklan , Media Sosial , Instagram , Keputusan Pembelian .” 569: 999.

Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi dengan SPSS* (Edisi Pert). UPP STIM YKPN.

Wintang, Faza Puspita, and Yusepaldo Pasharibu. 2021. “Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* 5(1): 115–24.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/33320>.

Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yusuf, Adi Suwardi dan Ramayani. 2021. “pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan pembelian sepatu kimber (@ kimbershoes) jimea | jurnal ilmiah mea (manajemen , ekonomi , dan akuntansi).” 5(2): 144–56.