

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 45–51.
- Anggitasari, A. M. (2016). Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 266–275.
- Apriani, D., & Pradana, M. (2017). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (EWOM) Towards Consumers' Purchase Decision At Bakso Boedjangan , Bandung. *Journal of Business Management (IJRDO)*, 3(1), 38–44.
- Databoks. (2019). *Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Hariono. (2018). Apakah Ewom (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word Of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Kompetensi*, 12(1), 12–21.
- Hasanah, A. Y., Tresnati, R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen Pada Dreezel Coffe Bandung). *Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.
- Inet.detik.com. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. [www.Inet.Detik.Com. https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia](https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia)
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Kasamira, K. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Oleh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Wardah (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. Universitas Negeri Jakarta.
- Katrin, I. L., Setyorini, D., & Haryono, M. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Di Restoran Javana Bistro Bandung. *Journal Gastronomy Tourism (JAB)*, 3(1), 246–254.
- Kemenperin.co.id. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*.

<https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>

- PelakuBisnis.com. (2020). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. [http://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/#:~:text=Jumlah penduduk mencapai 267 juta,Indonesia pasar menggiurkan produk kosmetik.&text=Dari total tersebut%2C sebanyak 95,kecil dan menengah \(IKM\).](http://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/#:~:text=Jumlah penduduk mencapai 267 juta,Indonesia pasar menggiurkan produk kosmetik.&text=Dari total tersebut%2C sebanyak 95,kecil dan menengah (IKM).)
- Pressreleas.id. (2019). *Guardian Top Stars 2019 Award, Inilah Deretan Merek Favorit Pelanggan*. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/guardian-top-stars-2019-award-inilah-deretan-merek-favorit-pelanggan>
- Republika.co.id. (2019). *Cara Wardah Hadirkan Produk Kosmetik Halal*. <https://republika.co.id/berita/plv4i8328/cara-wardah-hadirkan-produk-kosmetik-halal>
- Riduan. (2004). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru – Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.
- Sari, S., & Yuliana, G. D. (2017). Electronic Word Of Mouth Melalui Youtube Studi Pada Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *Journal of Strategic Communication*, 8(1), 59–69.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh (e-WOM) Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.com. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(128–138).
- Spssindonesia.com. (2019). *Uji Linearitas dan Uji Normalitas*. <https://www.spssindonesia.com/>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, 5(1), 35–45.
- Tempo.co. (2020). *Riset: Belanja Online Meningkat Pesat di Tengah Pandemi Covid-19*. Ww.Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1331198/riset-belanja-online-meningkat-pesat-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Utami, D. W., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Café Roti Gempol Dan Kopi Anjis Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1834–1840.