

DAFTAR PUSTAKA

- Alfareza, A. Y., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Oppo (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Madiun). *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.
- Annisa, A. A., & Lisdiani, N. L. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal Of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91.
- Ansar, M., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu Djokdja Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 280–293.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Ms. Glow Di Kota Semarang). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065–1069.
- 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. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 110–117.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia. *Inovasi*, 17(1), 136–143.
- Elliot. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra. Stie Dewan*.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fishbein, & Ajzen, I. (1980). Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior. *Englewood Cliffs*.

- Fitriani, N. D., Hariyani, D. S., & Setiawan, H. (2024). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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/Revue Canadienne Des Sciences De L'administration*, 27(1), 5–23.
- Hapsari, D. A., & Soebandhi, S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Avesina: Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, 16(1), 8–22.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet? *Journal Of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Kadi, D. C. A., & Kurnianingsih, R. D. (2024). The Influence Of Perceptions Of The Halal Label, Endorsement, Price, And Product Quality On Purchasing Decisions (Case Study On Wardah Cosmetic Products In Madiun City). *Asian Journal Of Management, Entrepreneurship And Social Science*, 4(03), 160–177.
- Kemenperin. (2024). *Kemenperin Pacu Ikm Kosmetik Maksimalkan Pasar Yang Ekspansif*. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-pacu-km-kosmetik-maksimalkan-pasar-yang-ekspansif>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In *Jakarta: Erlangga* (Vol. 13, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Manajemen Pemasaran. In *Terjemahan Oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga* (Vol. 13, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. In *Jakarta:*

Erlangga (Vol. 13).

- Lemeshow, S. (1990). Adequacy Of Sample Size In Health Studies. (*No Title*).
- Lestari, E. S., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2025). The Role Of Brand Ambassador And E-Wom In Influencing Purchase Decisions: Mediating Analysis Of Purchase Intention On Scarlett. *Jurnal Mirai Management*, 10(1), 56–69.
- Lukitaningsih, A., Cahya, A. D., & Iskandar, M. (2024). The Influence Of Product Quality, And Brand Images On Purchasing Decisions Through The Role Of Purchase Intention As An Intervening Variable As An Intervening Variable (Case Study On Purchasing An Iphone Brand Smartphone In Yogyakarta). *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 1853–1864.
- Luthfatul, A., & Afandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta Bpom Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 336–347.
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775–2790.
- Megawati, M., & Sidanti, H. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Kecamatan Balerejo Kabupaten Madiun. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4.
- Muthmainnah, A., Heriyadi, H., Pebrianti, W., Ramadania, R., & Syahbandi, S. (2023). The Influence Of Price And Product Quality On Customer Satisfaction With Purchase Decision As Mediation Variable In Somethinc Serum Skincare Products In Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1925–1938.
- Nasution, A. F. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina (Ed.)). Harfa Creative. [Http://Repository.Uinsu.Ac.Id/19091/1/Buku Metode Penelitian Kualitatif.Abdul Fattah.Pdf](http://Repository.Uinsu.Ac.Id/19091/1/Buku%20Metode%20Penelitian%20Kualitatif.Abdul%20Fattah.Pdf)
- Novanto, F. A., Hasanah, K., & Purwanto, H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan

- Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compass Di Kota Madiun). *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4.
- Nugroho, G. I., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Brand Trust, Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Hufagripp Di Kota Madiun. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.
- Nugroho, N. D., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2023). Peran Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Bakar Gandaria Di Madiun Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.
- Nurlestari, D. M., Hari, P., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun). *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4.
- Oktyandito, Y. W. (2024). *Glad2glow*. Idn Times. <https://www.idntimes.com/tag/glad2glow>
- Pratiwi, A. E., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Masyarakat Kota Madiun). *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4.
- Pristia, L. G., Sidanti, H., & Fauzi, R. U. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skincare The Originote Pada Marketplace Tokopedia. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6.
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Mbr (Management And Business Review)*, 6(1), 69–80.
- Putri, A. Y., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Buying Interest

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Produk Kecantikan Lokal Ms Glow Di Kota Madiun). *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4.
- Rahmadani, F. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi Media Sosial Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Sea Coff Madiun)*. Universitas Pgri Madiun.
- Romadhoni, B., Akhmad, A., Naldah, N., & Rossanty, N. P. E. (2023). Purchasing Decisions Effect Of Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (Ewom), Purchase Intention. *Journal Of Accounting And Finance Management*, 4(1), 74–86.
- Schiffman, L., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*, 11. *E Prentice Hall*.
- Sholichah, A., & Budiarti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Produk Kecantikan Emina. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 13(8).
- Siburian, P. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 1–20.
- Sugiono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2nd Ed.)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. In *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta Bandung.
- Suhartini, E., & Nuha, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Study Of Scientific And Behavioral Management (Ssbm)*, 3(4), 39–48.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, N. P. E., Suputra, G. A., & Arsha, I. M. R. M. (2024). Pengaruh

- Kualitas Produk, Harga Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Melalui Platform Tokopedia. *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(10), 1958–1970.
- Warningrum, S. L. (2023). Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 13–21.
- Wibowo, W. P. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Green Product Dalam Proses Keputusan Pembelian Jamu Tradisional Di Kabupaten Sukoharjo*.
- Widyawati, N. N. A., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Emas*, 5(12), 92–101.
- Yuliani, Z., Nursal, M. F., & Sumantyo, F. D. S. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Melalui Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Sinergi: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 1143–1157.
- Yunita, K. V., & Hidayat, R. S. (2025). Pengaruh E-Wom, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skintific:(Studi Pada Konsumen Skintific Mahasiswa Universitas Budi Luhur Angkatan 2021 Di Jakarta). *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 100–111.
- Yusda, D. D., & Bakti, U. (2024). The Influence Of Brand Image, Price, And Product Quality On Purchase Decisions To Iphone Products In Bandar Lampung. *International Journal Of Economics, Business, And Entrepreneurship*, 7(2), 133–146.