

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFPE.
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). 2(7), 406–413.
- Aniek Wahyuati. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–18.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Darmanto & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Diansyah, & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies*, 2(1), 84–98.
- Donni Juni Priansa. (2016). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica*, 4(1), 117–124.
- Effendi, A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance*. Jakarta: Salemba Empat.
- Esti Yuandari dan R Topan Aditya Rahman. (2015). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Bogor: In Media.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Finance.detik.com. (2019). *Mau Bisnis Skin Care Tapi Bingung Mulainya? Simak Nih Tipsnya*. Sylke Febrina Laucereno. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4744299/mau-bisnis-skin-care-tapi-bingung-mulainya-simak-nih-tipsnya>
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Sleman: CV Budi

Utama.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gig.id. (2020). *Mengenal Apa itu Beauty Vlogger*. Www.Gig.Id. <https://gig.id/stories/lifestyle/apa-itu-beauty-vlogger>.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hayati, Z. (2019). Teori-Teori Pengambilan Keputusan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 27(6), 1-3.
- Imam Gunawan, S. M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Industri.kontan.co.id. (2019). *Pasar produk perawatan kulit punya potensi berkembang*. Industri.Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>
- Jualpasjel.wordpress.com. (2014). *Sejarah Garnier*. Jualpasjel.Wordpress.Com. <https://jualpasjel.wordpress.com/2014/07/25/sejarah-garnier/>
- Kamil, N. A. I., & Albert, A. (2020). The effect of e-wom and brand image towards Sushi Masa consumer purchasing decision. *Journal of Social Studies (JSS)*, 16(1), 19–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management, Thirteenth Edition (Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Mitra Wacana

Media.

- Masreviastuti, A. A. dan. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee.co.id. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 193–196.
- Maulina, N., Sampurno, Andayani, N., & Laksmiawati, D. R. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Immunomodulator di Jakarta. In *Jurnal Farmasi Indonesia* 11(7), 30–37.
- Musfah, J. (2016). *Tips Menulis Karya Ilmiah: Makalah, Penelitian, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nugroho, B. I. dan L. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. 12(1), 1–8.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT Skripta Media Creative.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Suarabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56.
- Prahmadhani, D. T. (2007). *Persepsi wanita dewasa dini pengguna produk*. 95. https://repository.usd.ac.id/28150/2/019114109_Full%5B1%5D.pdf
- Prasetyo, Bambang, D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Pratminingsih, S. A., Astuty, E., dan Mardiansyah. (2019). The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Buying Decision *Jurnal Manajemen*, 5(7), 4-20.
- Prayitno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: CV Andi.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka

Setia.

- Rahayu, N. K. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Keputusan Pembelian Konsumen Kendaraan Roda Empat Merek Honda. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 8(27), 1–127.
- Riduwan. (2018). *Cara Mudah Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, S. (2012). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sholihah, Q. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Malang: UB Press.
- Silaen, S. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: Media.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sis.binus.ac.id. (2019). *Mengenal Beauty 4.0 Di Industri Kecantikan*. Www.Sis.Binus.Ac.Id. <https://sis.binus.ac.id/2019/10/17/mengenal-beauty-4-0-di-industri-kecantikan/>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Educational Research Methods Quantitative, Qualitative, and R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Pengembangan (Research and development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suryani, H. &. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Startegy*. Yogyakarta: Andi.
- Tommi Wijaya & Eristia Lidia Paramita. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 1(9), 12–19.
- Topbrand-award.com. (n.d.). *Top Brand Index*. www.Topbrand-Award.Com. Retrieved January 10, 2021, from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=garnier.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.