

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Achmad, Zakariya. (2010). *Theory of Planned Behavior*, Masihkah Relevan. 01-26.
- Antari, et al. (2014). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan, 04 (01), 01-11.
- Batu, et al. (2020). Pengaruh Testimoni Dan Kreasi Nilai Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Film Gundala (Sensus Pada *Followers Gundala Official*). Versi elektronik, *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 08-02. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <https://mail.puterabatam.com/index.php/jim/article/view/1656>
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang. Versi elektronik, *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*. 02-02. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <http://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/wiga/article/view/68>
- Dewi, N. S. & Sudiksa I. B. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen*. 08-06, 3784-3814. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/46229/29615>.
- Fristiana, D. A. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 01-09.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. Versi elektronik, *Jurnal EMBA*, 03 (01), 367-377. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7116>.
- Gunawan, A. C. & Susanti F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. Versi elektronik, 02-09. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>.

- Habibah, U. & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 01 (01), 31-48.
- Hamid, E. S. & Susilo, Y. S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Versi elektronik, 12 (01), 45-55. Diperoleh pada 15 Januari 2022, dari <https://journals.ums.ac.id/index.php/JEP/article/view/204>.
- Hendri. R.P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Cosmic Bandung. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Pasundan, Bandung.
- Juniantoko, A. D. & Supriono. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Waroeng Latte Dan The Cemiland Di Kota Madiun), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53 (03), 11-18.
- Kartikasari, et al. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian, 01-08.
- Kurniawan, A.W., & Puspitaningtyas Z.. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku.
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication* Penjualan Produk. Surabaya : Media Sahabat Cendekia
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamela Empat Yogyakarta. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 04 (02), 50-59. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/65/79>.
- MS Glow.store. Daftar MS Glow Aesthetic Clinic di Indonesia + Maps. <https://ms-glow.store/blog/daftar-ms-glow-aesthetic-clinic> , diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 19.29
- MS Glow.store. Tentang MS Glow : Sejarah Berdirinya MS Glow (Informasi). <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow> , diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 19.27
- Noviana, E. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Sumatera Utara.

- Official*, MS Glow Skincare. Efek Samping Cream MS Glow Skincare Berbahaya Bagi Kesehatan Wajah, <https://creammsgloworiginal.com/efek-samping-cream-ms-glow-skincare-berbahaya-bagi-kesehatan-wajah/> , diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 14.07
- Pranowo, E. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Syahid Ponorogo. Skripsi Dipublikasikan. Institut Negeri Agama Islam, Ponorogo.
- Rita. (2017). *Word of Mouth* (WoM). <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/11/21/word-of-mouth-wom/>, di akses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 19.23
- Rosaria, A. A. & Rizal Y., & Pujiato. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Testimoni, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen di Instagram. Versi elektronik, *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 03 (02), 01-08. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/E3J/article/view/21946>.
- Sahir, Syafrida. Hafni Atika Ramadhani, & Eka Dewi Setia Tarigan. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3 (1), 1-15
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian *Online* Produk Fashion Pada Zalora Indonesia, *Jurnal Sosisoteknologi*, 15 (02), 291-297.
- Saputro, et al., (2016). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.Com (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2016), *Jurnal Riset Manajemen*, 168-181.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (*Literature Review* Manajemen Pemasaran), *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 02 (04), 524,533.
- Sari, R. D. K. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Mega Jaya Mebel Semarang*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.

Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, 2(1), 10–21.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

- Soedjono, S. B. (2014). Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Konsumen DiDunia Maya Tentang Tanggungjawab Produk. *Versi elektronik*, 03 (02), 01-16. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <http://unsa.ac.id/ejournal/index.php/ratuadil/article/view/35>.
- Sriyanto, Agus & Kuncoro, A.W. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador*, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Versi elektronik, Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 08 (01), 21-34. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta : Bandung
- Vydiamanta, et al. (2021). Keputusan Konsumen Membeli Sayur Menggunakan Aplikasi *Online* : Apakah WoM dan Kualitas Produk Mempengaruhi?, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 12 (02), 335-353
- Widjaja, A. T. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Purchase Intention : Sebuah Studi Kasus Mengenai Perilaku Konsumen Terhadap Jasa Ojek Online Gojek, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 53 (12), 241-253