

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, d. (2014). Pengaruh Kualitas Kegunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce p Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com. *Jurnal. Malang: Universitas Brawijaya*.
- Ali, S. (2015, Maret 19). *Inovasi Wardah, Tak Sekadar Label Halal*. Diambil kembali dari SWA: <https://swa.co.id>
- Amalia, L. (2017, Agustus). *Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017*. Diambil kembali dari sigmaresearch Web site: <http://sigmaresearch.co.id>
- Ayu sepriwanti. 2020. Pengaruh electronic word of mouth (e-wom) terhadap keputusan pembelian pada mobile marketplace shopee di kota Palembang. *Jurnal Universitas Sriwijaya*
- Dellarocas, C. &. (2006). *What motivates consumers to review a product online? A study of the product-specific antecedents of online movie reviews*. <http://doi.org>.
- Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Duana, W. G. (2008). *Do online reviews matter?— An empirical investigation of panel data*. *Decision Support Systems*, 45(3), 1007–1016.
- Furkonudin, et. al. (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce BliBli.com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online. *STMIK AMIKOM Yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPP 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPP 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- HaenLein, A. K. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*.
- Handayani, M. S. (2016, Juli 7). <https://tirto.id>. Diambil kembali dari tirto web site: <https://tirto.id>

- Jalilvand, M. R. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran". *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss: 4 pp. 460 – 476.
- Jannah, B. P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rajawali Pers.
- Jansen, B. a. (2009). *Twitter power: tweets as electronic word-of-mouth*. Journal of The American Society for Information Science and Technology, Vol 60.
- katadata. (2018, Januari 15). *katadata*. Diambil kembali dari katadata Web site: <https://databoks.katadata.co.id>
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- kotler, p., & keller, k. l. (2012). *manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- kumparan.com. (2017, September 27). *Industri Kosmetik di Indonesia Semakin Cantik*. Diambil kembali dari kumparan news: <https://kumparan.com>
- Laudon, K. C. (2016). *Management Information Systems - Managing The Digital Firm. 12th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Punyani, G. (015). An Assessment of Customers' E-Service Quality Perception through Webqual Scale. *Journal: A Study on Online Banking Services*. .
- Riduwan. (2012). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana, N. (2015). *Metode Statistika*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada yellowtruck cabang sunda bandung tahun 2017). *e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2* , 233.

WOMMA. (2012). *Press Release: Word of Mouth Marketing Is Here to Stay: WOMMA Reaches Membership Milestone, Looks Forward to Industry Growth.* (internet) WOMMA. <http://www.womma.org>.

www.bisnisumkonline.com. (2018). *bisnisumkonline.com*.