

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity. *Journal of Advertising Research*, (4). Free Press.
- Ahdiyati, A. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> (diakses pada 21 Mei 2023 pukul 14.30)
- Astuti, N. P., & Rahmawati, H. R. (2023). The Impact of E-WOM and Perceived Quality on Purchase Intention and Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 25(1). <https://doi.org/10.30872/jfor.v25i1.12675>
- Compas. (2022). 10 merek Skincare Lokal Terlaris di Ecommerce Tahun 2022, Mana Skincare Favoritmu? - *Indonews Today* - Halaman 2. Compas.Co.Id. <https://www.indonewstoday.com/keuangan/pr-2736120772/10-merek-skincare-lokal-terlaris-di-ecommerce-tahun-2022-mana-skincare-favoritmu?page=2> (diakses pada 28 Maret 2023 pukul 10.28)
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2).
- 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*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Universitas Diponegoro.
- Insertlive.com. (2022, February 25). *Cerita Sejarah Berdirinya MS Glow hingga ke Mancanegra*. <https://www.insertlive.com/lifestyle/20220225130849-19-267552/cerita-sejarah-berdirinya-ms-glow-hingga-ke-mancanegra> (diakses pada 28 Maret 2023 pukul 10.45)
- Kioek, M. A. C., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2022). Pengaruh Instagram dan EWOM Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif*, 14(1), 11–28. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.242>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management Information Systems*. New Jersey: Pearson.

- MS Glow. (2023). *Produk MS Glow*. MSGlow.co.id. <https://www.msglow.co.id/produk-msglow/> (diakses pada 28 Maret 2023 pukul 11.37)
- MS Glow. (2022). *Harga MS Glow*. MSGlow.store. <https://msglow.store/blog/harga-ms-glow-18780> (diakses pada 20 Mei 2023 pukul 10.10)
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sadya, Sarnita. (2023). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023> (diakses pada 28 Maret 2023 pukul 08.25)
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (What's New in Marketing)*. 12th ed. Pearson Education.
- Sfenrianto, S., Wang, G., Kelly, D. S., & Tarigan, R. E. (2018). The Use Of Quality, Security And Trust Factors To Improve The Online Purchase Decision. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 96(5), 1436–1445.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 12th ed. Pearson.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Syaiful, I. A., & Royani, A. P. (2020). Beli Atau Tidak? Peran Electronic Word Of Mouth (eWOM) Dan Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Kosmetik Lokal. In *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi* 4(2).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet (pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Turban, E., King, I., Il, D., & Jae, L. (2010). *Electronic Commerce 2010: A Managerial Perspective (Global)*. New Jersey: Pearson.
- Wong, J. (2013). *Internet Marketing For Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yuningsih, R., & Suryoko, S. (2019). Pengaruh Brand Association Dan Perceived Quality. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9, 514–521.

- Yusa, V. De. (2021). The Influence Of Consumer Ethnocentrism And Perceived Quality: A Study On The Purchase Decision Of Local Cosmetic Make Over. *In International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship* 4(1).
- Yusra, Y. (2023). *Momentum Bisnis E-Commerce Indonesia Di Tahun 2023*. Dailysosial.id. <https://dailysocial.id/amp/post/momentum-bisnis-e-commerce-indonesia-di-tahun-2023> (diakses pada 28 Maret 2023 pukul 12.21)