

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L., HS, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S., Wulandari, Prasetyo, A., Sinambela, S., & Mansur. (2021). *Metode Penelitian dan Analisis Data Comprehensive*. Penerbit Insania.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>
- Arda, M., & Andriany, D. (2023). *The Influence of Product Quality, Price And Electronic Word of Mouth on The Purchase Decision of Ms Glow Skincare*. *International Journal of Educational Review*.
- Arfah, Y. (2019). *Keputusan Pembelian Produk*. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astuti, M., Dewi, I., & Mardiatmi, A. (2023). *E-Marketing Konsep Dan Transformasi Digital*. Deepublish.
- Astuti, M., Suharyati, Sembiring, R., Nobelson, Ediwarman, Marlina, Sugianto, Yuliniar, Argo, J. G., Prayogo, L. B., Ariani, N., & Manggarabani, A. (2021). *Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Deepublish.
- 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* (Vol. 12, Issue 1).
- Barus, M. A. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Jakarta Selatan* - *Repository UPN Veteran Jakarta*. <https://repository.upnvj.ac.id/22311/>
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers Akun Instagram @Saboten\_Shokudo)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 37, Issue 1). [www.marketeers.com](http://www.marketeers.com)
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing*. Pearson. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Chandra, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk "Chatime" di Kelapa Gading Dergibson Siagian*.

- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia. [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)
- Dewi, I. S., Amalia, N. R., Susanto, Andriani, C., & Afriady, A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang*. *Indonesian Accounting Research Journal*.
- Diazka, A. S. F. (2022). *Pengaruh Label Bpom, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Shopee Waw.Idn - Repository UPN Veteran Jakarta*. <https://repository.upnvj.ac.id/17341/>
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., & Ferrel, O. C. (2019). *Marketing Concepts and Strategies*. Cengage Learning, EMEA, Andover, Hampshire.
- Erdawati, Enderwita, & Widiyari, R. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Study Kasus Generasi Y Di Lubuk Sikaping)*. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). *Partial Least Squares (Teori dan Praktek)*. Penerbit Tahta Media Group .
- Farida, I. (2022). *The Role of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Decisions for Skin Care Products*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6415>
- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). *Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Handayani, P., Hidayanto, A., Pinem, A., Azzahro, F., Munajat, Q., Ayuningtyas, D., & Hapsari, I. (2019). *Konsep CB-Sem dan Sem-Pls Disertai Dengan Contoh Kasus*. PT Raja Grafindo Persada. [https://books.google.co.id/books?id=MeHeEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA83&dq=validitas+konvergen,+loading+factor,+dan+average+variance+extracted+\(AVE\)&hl=en&source=newbks\\_fb&redir\\_esc=y#v=onepage&q=validitas%20konvergen%20loading%20factor%20dan%20average%20variance%20extracted%20\(AVE\)&f=false](https://books.google.co.id/books?id=MeHeEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA83&dq=validitas+konvergen,+loading+factor,+dan+average+variance+extracted+(AVE)&hl=en&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=validitas%20konvergen%20loading%20factor%20dan%20average%20variance%20extracted%20(AVE)&f=false)
- Idrus, S. Al. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori - Dr. Salim Al Idrus., M.M., M.Ag - Google Books*. Media Nusa Creative.

Laily Amalia, 2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, E-WOM, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SKINCARE EMINA**

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

[https://books.google.co.id/books?id=MwdMEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=MwdMEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Indrawati, Yones, P. C. P., & Muthaiyah, S. (2023). *Ewom Via The Tiktok Application And Its Influence On The Purchase Intention Of Somethinc Products*. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/J.APMRV.2022.07.007>

Imam Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro .

Iriani, N., Dewi, A., Sudjad, Talli, S., Surianti, Setyowati, Lisarani, V., Arjang, Nurmillah, & Nuraya, T. (2022). *Metodologi Penelitian*. Rizmedia Pustaka Indonesia.

Ismagilova, E., Slade, E., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer. <http://www.springer.com/series/8860>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles Of Marketing Global Edition*. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K., & Brady, M. (2016). *Marketing Management*.

Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187–198. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7885200>

Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mcdaniel, C. (2021). *Mktg*.

Leon, F., Suryaputri, R., & Purnamaningrum, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi*. Penerbit Salemba Empat.

Lestari, N. F., Fachrunnisa, R., Pradana, J. D., & Khairunnisa, S. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit Deepublish.

Lotte, L. N. A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, S. D., Daga, R., Elida, S. S., Pandowo, A., Sudirjo, F., Herdiansyah, D., Mulyati, & Santosa, D. A. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran - Google Books*. Global Eksekutif Teknologi. [https://www.google.co.id/books/edition/Prinsip\\_Dasar\\_Manajemen\\_Pemasaran/bELBEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian&pg=PA59&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Prinsip_Dasar_Manajemen_Pemasaran/bELBEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian&pg=PA59&printsec=frontcover)

Laily Amalia, 2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, E-WOM, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SKINCARE EMINA**

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

- Pauzy, D. M. (2022). *Manajemen Pemasaran: Ulas Tuntas Strateginya*. Deepublish.
- Riyanto, S., & Hatmawan A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Safitri, C., Gunawan, Murtopo, Latif, A., Noviasari, H., Alvionita, A., Wildah, S., & Fauzi. (2023). *Digital Marketing: Menembus Market Meningkatkan Omset*. In *Digital Marketing: Menembus Market Meningkatkan Omset* (pp. 89–89). CV. Adanu Abimata.
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan* - Dr. Dhiraj Kelly Sawhani, S.E., M.MSi - Google Books. Scopindo Media Pustaka. [https://books.google.co.id/books/about/KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_ONLINE.html?id=LodAEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/KEPUTUSAN_PEMBELIAN_ONLINE.html?id=LodAEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Sintya, A., Rakinaung, N., & Heryana, N. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Perhitungan Manual dan SPSS*. Get Press Indonesia.
- Sinuraya, A. C., Iswiyanti, A. S., Wibowo, H. M., & Nengsih, W. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc*. 6(1).
- Solomon, M., White, K., & Dahl, D. W. (2017). *Consumer Behaviour Buying, Having, Being*. Pearson.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing*. Pearson.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta)*. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Syahputra, I., Ginting, P., & Lubis, A. N. (2023). *The Influence of Ewom And Perception of Price on Purchase Intention with Brand Image as an Intervening Variable in Kahf Care Products*. *International Journal of*

*Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration /IJEAS.*

- TikTok. (2022). *Ruang Redaksi TikTok*. Newsroom.TikTok.Com. <https://newsroom.tiktok.com/in-id/studi-tiktok-dan-bcg-ungkap-konsep-shoppertainment-dapat-ciptakan-peluang-pasar-senilai-1-triliun-usd-di-asia-pasifik>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Edisi 4, Domain, Determinan, Dinamika* (4th ed.). ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. ANDI.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Pustaka Bengawan.
- Wahitna, R. K. W., Maridjo, H., & Kristia. (2022). *The Impact of Brand Image, Product Quality, and Promotion on The Purchase Intentions of Scarlett Whitening Skin Care Products as Mediated By E-Wom*. *MSDJ :Management Sustainable Development Journal* .
- Wibowo, F. (2023). *Statistika Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 25*. Penerbit Salemba Empat. [https://www.google.co.id/books/edition/Statistika\\_Bisnis\\_dan\\_Ekonomi\\_dengan\\_SPS/D8PcEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Bisnis_dan_Ekonomi_dengan_SPS/D8PcEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)