

DAFTAR PUSTAKA

- Budiono Hardjono, et al. (2020). The Implication of e-WoM Communication on Customer Preference and Purchase Decision of Electronic Gadgets Pengaruh Komunikasi e-WoM terhadap Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian pada Gadget Elektronik. *Urnal Dinamika Manajemen*, 11 (1) 2020, 1-11 [Http://Jdm.Unnes.Ac.Id](http://Jdm.Unnes.Ac.Id) *Nationally*, 11(85), 1–11. Retrieved from <https://doi.org/10.15294/jdm.v11i1.21113>
- Byounggho Jin & Elena Cedrola. (2018). *PRODUCT INNOVATION IN THE GLOBAL FASHION* Byounggho Jin and Elena Cedrola (First Edit). Palgrave Macmillan US. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/978-1-137-52349-5>
- Gianni Guastella. (2017). *Word of mouth: Fama and its personifications in art and literature from ancient Rome to the Middle Ages* (First Edit). Oxford University Press.
- Hardani et al. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (A. Husnu Abadi, A.Md.,Ed.) (Cetakan 1.). Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hasbullah & Munchtar. (2022). Pengaruh inovasi produk , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Ms Glow. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
- I Nyoman Nurcaya & Ni Made Rastini. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. Retrieved from <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Maretiana, R. S. dan, & Abidin, Z. (2022). Pengaruh harga , kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen (JEBM)*, 14(3), 590–597. Retrieved from <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/1165%0Ahttps://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/download/1165/953>
- Markus Stahlberg & Ville Maila. (2010). *Shopper marketing : How to increase purchase decisions at the point of sale*.
- Rahayu, D. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MEREK MS GLOW PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MEREK MS GLOW PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR*, (July), 1–23. Retrieved from https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/35392-Full_Text.pdf
- Reni Ernawati et al. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. Retrieved from <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Revoliady, F., & Baihaqi, M. I. (2023). Product Innovation, Lifestyle, Brand Reputation on Purchase Decision and Its Implications to Consumer Satisfaction. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 155–171. Retrieved from <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14400>
- Sahir, S. H. (2021). *METODE PENELITIAN*. (M.S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.) (1st ed.). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sitorus, M. N. A. dan D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Sudarmin. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 21, No. 3, Juli 2023, Hal 723-729 SOLUSI*, 21(3), 723–729.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D (Ke-19)*. Bandung: ALFABETA BANDUNG.
- Supriadi et al. (2021). MEMBANGUN CITRA MEREK PERUSAHAAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI DIGITAL. *Manajemen, Jurnal Ilmiah*, 11(3), 311–330.
- Tjptono, F. & A. D. (2020). *Pemasaran*. (Fandy Tjiptono, Ed.) (Cetakan pe). jakarta: ANDI Offset.
- Vigrita Eunika Raturandang et al. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 620. Retrieved from <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40668>
- Widya Prananta et al. (2021). Role of Service Quality, Price Perception, Brand Image, and Information Technology Involvement in Banking Product Purchase Decisions. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 187–200. Retrieved from <http://jdm.unnes.ac.id>
- Wiwik Putri Wahyu Ningsi &, & Ekowati, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)e-ISSN 2723-424X ||Volume||2||Nomor||1||Juli ||2021|| Website: Wwww. Jurnal.Imsi.or.Id* PENGARUH, 50–57.