

DAFTAR PUSTAKA

- Batu, Reminta Lumban, Tiar Lina Situngkir, Indah Krisnawati, and Sherliana Halim. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 18(2): 144–52.
- DetikInet, Agus Tri Haryanto -. 2023. "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal 2023." <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-2129-juta-di-awal-2023>.
- Efendi, winda aprilia. 2023. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PESAN IKLAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MARINA." Universitas Putera Batam.
- Eli, Antonio et al. 2021. "PENGARUH EKELECTRONIC WORD OF MOUTH DIMEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN." *Journal of Management* 14(1): 63–76.
- Febriyanto. 2021. "PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMASA PANDEMI COVID 19 PADA BERKAH MOBIL MEDAN SKRIPSI Oleh : PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN HARGA TERHADAP KEPUT."
- Iman Prayoga, and M. Rachman Mulyandi. 2020. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee." *Jurnal Syntax Transformation* 1(5): 136–40. <https://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/60>.
- Kompas.id. 2023. "Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan Dan Jadi Skincare Banyak Dicari." https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari.
- Lestari, Baroroh, and Heniar Farin Fahira. 2023. *The Effects of Electronic Word of Mouth and Product Quality Towards the Decision to Purchase the MS Glow Acne Series Bundle in Malang*. Atlantis Press International BV. http://dx.doi.org/10.2991/978-94-6463-026-8_36.
- Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi. 2022. "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(3): 953.
- M.Ridwan, dkk. 2022. "Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek: Study Pada Samsung Experience Store Jayapura." *Ekonomika*. <http://journal.ildikti9.id/Ekonomika>.
- Mirawati, Y, and Triana Ananda Rustam. 2023. "SEIKO : Journal of Management

- & Business Pengaruh Media Sosial, Periklanan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 6(1): 135–45.
- Onsardi, Onsardi, Sri Ekowati, Ade Tiara Yulinda, and Megawati Megawati. 2022. “Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu.” *Creative Research Management Journal* 5(2): 10.
- Pebriyanti, Ni Kadek Lendri, Putu Sri Hartati, and NiNyoman Adityarini Abiyoga VS. 2022. “Pengaruh Promosi Online Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 2(1): 73–81.
- Prastuti, Dewi Indah, and Yuli Karyanti. 2020. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Daring.” *Faktor Exacta* 13(3): 176–84.
- Putri, Susi Tri Oktaviani, and Eman Sulaeman. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang.” *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 7(2): 906.
- Rahmadini, Ita. 2023. “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND AWARENESS PADA LAYANAN STREAMING DIGITAL NETFLIX (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 12(1).
- Rahmi, yati. 2023. “Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang.” <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Rosida, Rosida, and Intisari Haryanti. 2020. “Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima).” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1(2): 150–60.
- Rufaida, Bakrie. 2021. “Pengaruh Ewom, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian VOD Netflix.” *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* 6(11): 5911–27.
- Rupayana, I Kadek, I Wayan Suartina, and IA Mashyuni. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Denpasar.” *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1(1): 233–47.
- Sekarsari. 2022. “DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN TRUST SEBAGAI

- VARIABEL INTERVENING.” *Junral Ilmiah indonesia* 7(8.5.2017): 2003–5.
- Setiawan, Wahyu, and Ety Istriani. 2022. “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN PANIC BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI YOGYAKARTA PADA MASA PENDEMI COVID 19.” *JRMB* 17(1).
- Sopiyan, Pipih. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(2): 249–58.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung.
- Sutriyani. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar).” *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar*: 1–129.
- Vernadila & Realize. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Sensodyne.” 5(3): 633–46.
- Yulindasari, Elsa Rizki, and Khusnul Fikriyah. 2022. “Pengaruh E-WoM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3(1): 55.