

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Fatihudin, Didin. 2015. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo : Zifatama.
- Firmansyah, Anang. 2018. “Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)”. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Kotler Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2008. “Manajemen Pemasaran”. Edisi Millenium. Jakarta :PT. Prenhalindo.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- L, loudon, David, dkk. *Costumer Behavior*. Edisi 3. New York. Mc Graw-Hill Book Company. 1998. Hal 3.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Edisi 1, Jakarta.
- Shimp, Terence. 2007. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 1, Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. H. (2019). *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS (Vol. 1)*. Penerbit Erlangga.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. ANDI. 2016.
- Sugiono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV AlfaBeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*”. Bandung : ALFABETA.

- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Shimp, Terence, A (2007). “Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)”. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga,
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian (Editor). 2010. *Metode Penelitian Survy*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Schiffman & Kanuk, (2007), *Perilaku Konsumen*, dialih bahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs. Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADA_CTIVE_STRATEGY
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., & Kusuma, A. H. P. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Jurnal :
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Peneliti*, 3(2), 186–196.
- Angga, D., & Santoso, B. (2015). Analisis Variabel - Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Biro Perjalanan Wisata “Hobi Wisata Tour & Travel” Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 1–15.
- Apriliana, H.T.A., & Sumowo,S. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pembelian Smartphome Android Merek Samsung (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas

- Muhammadiyah Jember 2011-2013). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 121-142.
- Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1).
- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger terhadap keputusan pembelian (Survei pada mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang membeli dan menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 1-9.
- Goyette, I, Richard, L, Bergeron, J & Marticotte, F (2010). e-WOM scale word-of-mouth measurement scale. For E-services content, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(01).
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember Haris. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.
- Jatmika, A. S. (2017). Pengaruh Harga dan Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepakbola Nike di Planet Sport Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(1).
- Liu, Y. (2006). Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue. *Journal of marketing*, 70(3), 74-89.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulia Ilhawa May Sudarita, Y. O. L. L. A., & Tandyonomau, D. (2020). Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey Followers Aktif Akun @Jelitacosmetic). *Commercium*, 3(1).
- Munandar, M., & Muhammad Ferdinanda Chadafi, C. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan

Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 5(2), 1-8.

- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73.
- Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Natasha Skincare Candibaru Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 232-241.
- Qomariah, N., Wulandari, L. P., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Impulse Buying Through Discount Prices , Positive Emotions and Situational Factors. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(7), 53–58. <https://doi.org/10.35629/8028-0907025358>
- Romdonah, Rinda., Fathoni, Azis., Tri Haryono, Andi. 2010. “Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih)”. *Journal of Product and Brand Management*. pp 3279-3951
- Rossiter, J. R. (2014). „Branding“ explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Journal of Brand Management*, 21(7-8), 533-540.
- Sa’dullah, & Azhad, M. N. (2015). Analisis persepsi kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan perdagangan ikan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 61–75. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/15/13>
- Saravanakumar, M., & Sugantha Lakshmi, T. 2012. Social media marketing. *Life Science Journal*, Vol 9 No.4, 4444-4451.
- Septiani, Y., & Oentoeng, I. F. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsment Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Bayi di Instagram @preloved1402. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 160-179.
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380-388.

Yulia, E. (2020). Analisis Celebrity Endorser dan Core Product terhadap Keputusan Pembelian Produk KF Skin Care (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(2), 209-216.

Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 151–160.

Web :

<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

<https://forms.gle/PzcQb4vxpX8xsxfE9>

<https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-raih-penghargaan-setelah-catatkan-penjualan-produk-lebih-2-juta-per-bulan>

https://instagram.com/msglowjemberid?utm_medium=copy_link

<https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>

<https://shopee.co.id/dinarwulandari24?smt=0.0.9>

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

