

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggita, V. (2018, September 26). *Tiga Prinsip Wardah untuk Ciptakan Tren Kecantikan*. [Republika.co.id](https://ekonomi.republika.co.id/berita/pydvwd21000/tiga-prinsip-wardah-untuk-ciptakan-tren-kecantikan) tersedia: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pydvwd21000/tiga-prinsip-wardah-untuk-ciptakan-tren-kecantikan> [1 Mei 2024]
- Ansory, I. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Indonesia Pustaka.
- Apriastuti, N. D. et. al. 2022. *Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar*. EMAS, 3(10), 71-80. Diakses tanggal 23 - 11 - 2023
- Cahyani, K. I., dan Sutrasnawati, E. 2016. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal, 5(4). Diakses tanggal 18 - 12 - 2023
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Penerbit Satu Nusa.
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. 2018. *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Ghealita, O dan Retno, S. 2015. *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua*. Jurnal Mitra Manajemen, 4(1), 39-50. Diakses tanggal 30 - 12 - 2023
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, N. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV Yrama Widya.
- Ginting, Y. M., et. al. 2022. *Analisis Brand Image Dan Loyalitas Konsumen Melalui Pengaruh Brand Awareness, Lovemark, Dan Inovasi Produk (Studi Terhadap Konsumen Sepeda Motor Honda Di Riau)*. Jurnal Manajemen Bisnis, 5(2), 01-16. Diakses tanggal 28 - 11 - 2023
- Hasibuan, Malayu S.P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Cetakan Kedelapan Belas*. Bandung: Bumi Aksara.

- Hermawan, K., dan Setiawan, I. 2014. *Wow Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismagilova, E., et. al. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. In *Springer Briefs in Business*. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Kementrian Perindustrian. 2022. *Industri Kosmetik Tumbuh Signifikan Pada 2022* (J. : K. Perindustrian (ed.)).
- Khoirunnisa, D. E., et. al. 2023. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia*. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53-65. Diakses tanggal 18 - 11 - 2023
- Kinanti, A. S., dan Imran, A. I. 2021. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness lemonilo Melalui Instagram*. *e-Proceeding of Management*, 8(2). Diakses tanggal 9 - 12 - 2023
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi 13. Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, A., et. al. 2020. *Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Peningkatan penjualan Tiket pada PT. Pakem Tours dan Travel Makassar*. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 2(2). Diakses tanggal 9 - 12 - 2023
- Mahardika, F. d. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Musfar, T. F. 2020. *Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nabila, R. A., et. al. 2021. *Hubungan Terpaan Iklan Tokopedia dan Intensitas Word of Mouth pada Tokopedia Waktu Indonesia Belanja dengan Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia*. *Interaksi Online*, 9(4), 36-45. Diakses tanggal 19 - 12 - 2023
- Oktaviani, A., dan Khadafi, R. 2018. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Sertaword Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi*. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2) 269-289. Diakses tanggal 20 - 12 - 2023

- Pahlevi, R. 2022. *10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon*. Katadata.co (Online) tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10merekkosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>[23 November 2023]
- Prastuti D. I., Karyanti Y. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta api Daring*. Faktor Exacta, 13 (3) , DOI: 10.30998/faktorexacta.v13i3.7071. Diakses tanggal 24 - 12 - 2023
- Putra, F. F., dan Saputri, M. E. 2020. *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak*. e-Proceeding of Management, 7(2). Diakses tanggal 18 - 12 - 2023
- Rachmawati, M. R. (2019, April 16). *Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah*. Suara.com tersedia: <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah?page=all> [1 Mei 2024]
- Rizky, B., et. al. 2023. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia*. JIAGABI, 13(1), 35-42. Diakses tanggal 25 - 12 - 2023
- Rohman. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Rosyada, M. 2022. *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal*. Jurnal Ilmiah Manajemen , 13(2), 213-218. Diakses tanggal 25 - 12 - 2023
- Saleh, M. Y., dan Said, M. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sari, N., et. al. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com*. Jurnal Manajemen Magister, 3(1) 96-106. Diakses tanggal 24 - 12 - 2023
- Siahaan, H. D., dan Yuliati, D. A. 2016. *Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret(Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung)*. e-Proceeding of Management , 3(1). Diakses tanggal 18 - 12 - 2023
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutarsmawati, E. (2018). *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pln (Persero) Area Bintaro Tangsel*. Jurnal Semarak, 105-114. Diakses tanggal 18 - 12 - 2023
- Tika Pabundu. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Pustaka.
- Tjiptono, F. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyurini, S. C., dan Trianasari, N. 2020. *Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Jurnal Mitra Manajemen, 4(1), 39-50. Diakses tanggal 30 - 12 - 2023
- Widjaja A, E. L. (2018). *Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online*. Jurnal Bisnis Terapan, 169-178. Diakses tanggal 18 - 12 - 2023