

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, A. N. (2016). *Republika*. Retrieved From Republika.Co.Id:<https://Ameera.Republika.Co.Id/Berita/Og26c9384/Nivea-BrandKecantikan-Yang-Bertahan-Lebih-Dari-90-Tahun>
- Andini, N. S. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan Pada Periode Q1 2024*. Retrieved From Compas.Co.Id: <https://Compas.Co.Id/Article/Tren-Penjualan-Paket-Kecantikan-Periode-Q1-2024/>
- Andini, W. C. (2021, April 13). *Hallosehat*. Retrieved From Halloseat.Com: <https://Hellosehat.Com/Penyakit-Kulit/Manfaat-Dan-Bahaya-Paparan-Sinar-Matahari/>
- Apriastuti, N. P. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 75.
- Arihta Tarigan, Y. G. (2024). Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Skincare Somethinc Pada Shopee. *Journal Of Management Small And Medium Enterprise*, 582.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bowen, M. D. (2014). *Manajemen Pemasaran*,. Jakarta: Erlangga.
- Cnn, I. (2023). *Cnn Indonesia*. Retrieved From Cnnindonesia.Com:<https://Www.Cnnindonesia.Com/Teknologi/20230918143850-1851000458/Tiktok-Jadi-Raja-Aplikasi-DuniaKalahkanInstagram-Hingga-Whatsapp>
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide To Grow Your Business With Images: How To Build A Strong Brand Image*. New York: Independently Published.
- Dewa G. K., A. P. (2019). *Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung*.
- Fadli, R. (2023, September 18). *Mengenal Dampak Sinar Matahari Pada Tubuh Manusia*. Retrieved From Halodoc: https://Www.Halodoc.Com/Artikel/MengenalDampakSinarMatahariPadaTubuhManusia?SrsId=Afmboorusuwnkwyvuljbnsial5gvd5a3jyy8zfrga_Il ymc5nacpz9mv

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardilawati, M. H. (2024). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka*, 141.
- Hardilawati, M. H. (2024). Pengaruh E-Wom, Brand Image Dan Harga Terhadapminat Beli Sepatu Sneakers Compass Di Pekanbaru(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyahria). *Jurnalilmiahmahasiswamerdekaemba*, 141.
- Hasbib, M. R. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Amdk Ades Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Ades Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 75.
- Herybertus, H. N. (2021, Maret). Peranan Citra Merek Produk Kartu Axis Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 1-7.
- Heryenzus, N. &. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam*.
- Hidayah, A. W. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 38.
- Imbayani, N. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Dayatarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap Di Kota Denpasar. *E-Journal.Unmas*, 76.
- Index, Z. B. (2024). Retrieved From Zap Beauty Index: https://Zapclinic.Com/Files/Zap_Beauty_Index_2024.Pdf
- Istiharini, T. W. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Youtube Terhadap Niat Beli Produk Kosmetika Merek Urban Decay. *Journal Of Accounting And Business Studies*, 4.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Leliga, F. J. (2013). Analisa Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator Pada The Dreamland Luxury Villas And Spa, Bali. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*.
- Mahaputra, D. G. (2019). *Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung*.
- Marista, Y. S. (2021). The Effect Of Brand Image And Brand Trust On Oppo Cellphones Purchasing Decisions In Banjar City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 214 –225.

- Mubarak, A. R. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Nmax Di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 28.
- Muhamad, N. (2024, 2 27). *Tiktok, Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh Di Indonesia Pada 2023*. Retrieved From Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/TeknologiTelekomunikasi/Statistik/5b4b118b594168/Tiktok-Aplikasi-Yang-Paling-Banyak-Diunduh-Di-Indonesia-Pada-2023>
- Nurma, E. E. (2023). Heory Planned Behavior Dalam Minat Beliprodukkosmetik Organik Pada Generasi Ydijakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 36.
- Purnama, D. (2024, Juni 29). *Mengapa Daerah Pantai Lebih Panas Daripada Pegunungan ?* Retrieved From Radio Republik Indonesia: <https://www.rri.co.id/kesehatan/789974/Mengapa-Daerah-PantaiLebih-Panas-Daripada-Pegunungan>
- Putri, B. E. (2021). Pengaruh Ewom, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Shopee (Studi Kasus Pada Warga Cipinang Baru Bunder Jakarta Timur). Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. *Repository.Stei*, 10.
- Rahayu, S. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Garnier Di Tanjungpinang. *Stie Pembangunan Tanjungpinang*, 24.
- Rosyidah, N. I. (2023). Pengaruh Brand Imagedan Electronic Word Of Mouthterhadap Minat Beli Mobil Toyota Rush Generasi Millennialdi Surabaya. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 7225.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia.
- Saputra, A. Z. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Pembelian . *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis* , 124-138.
- Sayd, H. N. (2023). Penerapan Teori Planned Of Behavior Untuk Memprediksi Niat Berkunjung Pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata Di Masa Pandemi Covid 19 . *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 106.
- Schiffman, L. G. (2012). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, S. K. (2022). Pengaruh Brand Imagedan Electronic Word Of Mouthterhadap Minat Beli Mobil Toyota Rush Generasi Millennial Di Surabayanivea. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 7225.

Syaban, N. N. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Halaman. *E-Proceeding Of Management*, 3843.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*.

Wardah. (2024). *Tentang Wardah Inspiring Moment*. Retrieved From Wardah InspiringMoment:<https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about#:~:Text=Wardah%20merupakan%20brand%20kosmetik%20halal,Perempuan%20tampil%20cantik%20sesuai%20karakternya>.

Widayanti, L. R. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Minat Beli Pada Bank Muamalat Ponorogo. *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*, 14.

