

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. A. Nabila *Et Al.*, “Jurnal Mirai Management Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty,” *Jurnal Mirai Management*, Vol. 8, No. 2, Pp. 590–601, 2023.
- [2] S. Syawaluddin, J. Joni, And E. Erwin, “Influence Of Social Media Advertising, E-Marketing And Product Quality On The Process Of Purchasing Nature Cosmetics,” *International Journal Of Research In Business And Social Science (2147- 4478)*, Vol. 8, No. 5, Pp. 316–321, Sep. 2019, Doi: 10.20525/Ijrbs.V8i5.491.
- [3] Ginee, “Pengguna Tiktok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggeleгар!,” Ginee.Com.
- [4] Camille Beauty.Id, “Variasi Masker Bubuk Camille Beauty.”
- [5] Farah Ramadhani, “10 Masker Wajah Terlaris Shopee Dan Tokopedia: Brand Lokal Memimpin!,” *Compass.Co.Id*.
- [6] H. W. Tj, S. Wahyoedi, And S. Susana, “Peranan E-Wom Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Tiktok Di Dki Jakarta,” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2, Pp. 407–422, Oct. 2022, Doi: 10.24912/Jmieb.V6i2.21956.
- [7] A. T. Santosa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung),” Vol. 18, No. 2, Pp. 143–158, 2019.
- [8] A. Nur Millatina And S. Hamidah Mujahidah Dan Sri Herianingrum, “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian,” 2020.
- [9] J. Elektronik Rekaman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo And I. Hilmawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng

- Tirtayasa, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang),” 2019, [Online]. Available: [Www.Otomotif.Kompas.Com](http://www.otomotif.kompas.com)
- [10] M. Boediono, S. Christian, And D. Mustikasari Immanuel, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax,” 2018.
- [11] M. Kurniasari And A. Budiarmo, “Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2018, Hal. 1-7 [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/) 1 Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang.”
- [12] R. S. Chandra And T. Oktriani, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dermatix Yang Dimediasi Oleh Citra Merk.”
- [13] A. Rahmawati, “Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi ,” 2022.
- [14] M. Heri And Tundo, “Pengaruh E-Wom Dalam Memediasi Hubungan Antara Digital Marketing Activities Dan Intention To Buy Di Tokopedia”.
- [15] A. N. I. Permatasari And A. M. Hidayat, “Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, Pp. 350–355, Jun. 2023, Doi: 10.37034/Infeb.V5i2.250.
- [16] P. Kotler And Melati, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [17] D. Vavi Arlin, J. Imantoro, K. Kunci, K. Pelanggan, K. Harga, And P. Harga, “Pengaruh Kewajaran Harga Dan Perkembangan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion Pada Dealer Lautan Teduh Di Purbolinggo,” 2021. [Online]. Available: [Www.Aisi.Or.Id](http://www.aisi.or.id)

- [18] A. Rahmi *Et Al.*, “Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau).”
- [19] H. Sahla *Et Al.*, “Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Pionir Lppm Universitas Asahan*, Vol. 5, P. 2019, [Online]. Available: [Www.Universitassahan.Ac.Id](http://www.universitassahan.ac.id)
- [20] Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Masyarakat,” 2021.
- [21] D. Iman, K. Zainul, And A. M. Kholid Mawardi, “Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi Pada Pengguna Produk Uniqlo Di Indonesia),” 2015.
- [22] D. Untari And D. E. Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik),” *Widya Cipta*, Vol. 2, No. 2, Pp. 271–278, 2018, [Online]. Available: [Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Widyacipta](http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/widyacipta)
- [23] I. Y. Musyawarah And D. Idayanti, “Issn (Cetak) 2621-7406 Issn (Online),” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1, Pp. 2656–6265, 2022.
- [24] S. Gunelius, *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread The Word About Your Business Fast And Free* . 2011.
- [25] Veby Zilfania Rizal And Evawani Elysa Lubis, “Social Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger,” 2014.
- [26] J. G. P. S. Lukita Azizah, “73923-155844-1-Pb (1),” *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia*, 2022.
- [27] F. E. Setianingsih And F. Aziz, “Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online Di Shopee,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 2, Pp. 25–34, Sep. 2022, Doi: 10.14710/Jab.V11i2.42602.

- [28] J. B. Santoso *Et Al.*, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun),” 2019.
- [29] E. S. Tampubolon *Et Al.*, “Pengaruh Brand Image Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Umkm Kuliner (The Effect Of Brand Image Product Quality And Consumer Satisfaction On Culinary Msme Customer Loyalty).”
- [30] J. Handayani, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Samakoi Farm, Purbalingga,” *Economics, Social And Humanities Journal (Esochum)*, Vol. 1, No. 2, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.unupurwokerto.ac.id/index.php/esochum>
- [31] Ekky Suti Wibisono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud. Rizky Barokah Di Balongbendo,” 2019.
- [32] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: Pt Penerbit Ipb Press, 2018.
- [33] D. Pradana And S. Hudayah, “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor,” Vol. 14, No. 1, Pp. 16–23, 2017.
- [34] S. H. Dedhy Pradana, “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor,” 2017.
- [35] D. C. A. Kadi, H. Purwanto, And L. D. Ramadani, “Pengaruh E-Promotion, E-Wom Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening,” *Management And Business Review*, Vol. 5, No. 2, Pp. 224–238, Nov. 2021, Doi: 10.21067/Mbr.V5i2.5833.
- [36] Binus University, “Peran E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Dalam Media Sosial Di Indonesia.”
- [37] N. Sari, M. Saputra, J. Husein, And M. C. Id, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com,” 2017.

- [38] Prana Ugiana Gio, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dengan Software Smartpls*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2022.
- [39] J. Sarwono, “Mengenai Pls-Sem.”
- [40] Dinda Zieza Iksyanti, “Pengaruh Social Media Marketing Melalui Electronic Word Of Mouth Pada Platform Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee,” 2022.
- [41] O. : Akrida, N. Damayana, D. Pembimbing, F. Rohman, And M. Si, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Terciptanya Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Twitter (Studi Pada: Telkomsel).”
- [42] P. Studi Manajemen, I. Nur Setiyadi, A. Rahman Alamsyah, And I. Kusdyah Rachmawati, “Maker: Jurnal Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-Wom, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati,” 2022, [Online]. Available: [Http://Www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker](http://www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker)
- [43] A. N. I. Permatasari And A. M. Hidayat, “Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, Pp. 350–355, Jun. 2023, Doi: 10.37034/InfEb.V5i2.250.
- [44] N. Sari, M. Saputra, J. Husein, And M. C. Id, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com,” 2017.