

DAFTAR REFERENSI

- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dhiza, A., Zulkarnain, & Widiyatsari, A. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 8(1), 15–31. <https://doi.org/10.46750/economica.v8i1.26>
- Faozah, B., Wardhana, A., & Si, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Akun Instagram Local . Id. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6286–6296.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan.A. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo
- Kietzmann, & Canhoto. (2013). Understanding and Managing. Electronic Word Of Mouth. *Journal of Public Affairs*
- Kioek, M. A. C., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2022). Pengaruh Instagram dan EWOM Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(1), 11–28. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.242>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Mowen, John C dan Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta
- Mursyid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta
- Oktaviani, B. R., & Estaswara, H. (2022). Pengaruh Electornic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @ avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin Effect of Electronic Word of Mouth (Ewom) in Sosial Media @ avoskinbeauty on Purchase Decisions of Avoskin. 1(1), 10–24.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. PT. Index. Jakarta
- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey followers aktif akun @ Jelitacosmetic _). *Commercium*, 3(1), 36–40. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/34875>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung

Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi

Umar, H. (2015), *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali, Jakarta