



## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Gita. (2021, Juli 23). *Penggunaan Perawatan Wajah Meningkatkan Saat Pandemi*. Link: <https://www.republika.co.id/berita/qwo5b0423/penggunaan-perawatan-wajah-meningkat-saat-pandemi>
- Amanda, Salsabila. (2021). *Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Top 5 E-Commerce di Indonesia*.
- Aries, Muhammad. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make Up Artist Yang Membeli Dan Menggunakan Produk Kryolan Di Kabupaten Bojonegoro)*.
- Compas. (2021, April 22). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Link: <https://compas.co.id/article/2021/04/22/>
- Cooper, Doland., Schindler, Pamela., & Gina, Gania. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Creatormedia. (2022, Mei 18). *Karakteristik Word of Mouth Menurut Para Ahli dan Contohnya*. Link: <https://creatormedia.my.id/karakteristik-word-of-mouth-dan-contohnya/>
- Desvikarp. (2014, Februari). *4 Jenis Bentuk Promosi*. Link: <https://desvikarp.blogspot.com/p/4-jenis-bentuk-promoi.html>
- Enza, Zahra. Noor. (2017). *Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko Pada Hubungan Antara Electronic Word of Mouth (E-Wom) dan Minat Beli*.
- Felicia, Peren. (2019). *Efektivitas Word of Mouth Terhadap Pembentukan Brand Awareness "Batik Keris" Pada Pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading Di Jakarta Utara*.
- Hair, Joseph. F., Black, William., Babin, Barry., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analyst*. New Jersey: Prentice-Hall International.



Hamzah, Nurma. (2019, Agustus 29). *Cintai Brand Lokal, Yuk Kenalan dengan Produk 'Somethinc' yang Terinspirasi dari Kaum Milenial*. Link: <https://www.beautynesia.id/beauty/cintai-brand-lokal-yuk-kenalan-dengan-produk-somethinc-yang-terinspirasi-dari-kaum-milenial/b-131375#:~:text=Somethinc%20merupakan%20brand%20lokal%20yang%20muncul%20tahun%202019,Somethinc%20meluncurkan%20skincare%20yang%20>

Hasan, Ali. (2021). *Marketing Dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Keller, Philip, & Armstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Maulana, Harris. (2021, Oktober 24). *Somethinc, Brand Kecantikan Lokal, Berhasil Pimpin Pasar Skincare Indonesia*. Link: <https://kumparan.com/harris-maulana/somethinc-brand-kecantikan-lokal-berhasil-pimpin-pasar-skincare-indonesia-1wmYSjr6sD/4>

Memon, Mumtaz. Ali., Ting, Hiram., Cheah, Jung.-Hwa., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T.H. (2020). *Sample Size For Survey Research: review and Recommendations*.

Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nugraha, D. (2022, Agustus 23). *Somethinc, Produk Kosmetik Ternama Yang Mengguncang Pasar Indonesia*. Retrieved from <https://www.paper.id/blog/berita-acara-umkm/somethinc-produk-kosmetik-ternama-yang-mengguncang-pasar-indonesia/>

Roma, Angela. (2021, Oktober 07). *Tren Korean Wave Terus Meningkat, Banyak Remaja Coba-coba Skincare Korea*. Link: [indozone.id: https://www.indozone.id/beauty/mnsv9Az/tren-korean-wave-terus-meningkat-banyak-remaja-coba-coba-skincare-korea/read-all](https://www.indozone.id/beauty/mnsv9Az/tren-korean-wave-terus-meningkat-banyak-remaja-coba-coba-skincare-korea/read-all)

Rustaviani, Elisabeth. (2022, Februari 06). *5 Kandungan Skincare untuk Menuju Kulit Sehat Anti Kusan dan Glowing*. Link: <https://blog.avoskinbeauty.com/kandungan-skincare-ini-bisa-membuat-kulit-sehat/>



Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



Something. (2022). *Something* . Retrieved from <https://www.somethinc.com/en/>

Umami, Izzul. (2022, Juni 14). *Kandungan Skincare yang Bagus untuk Kulit* . Link: <https://www.rukita.co/stories/manfaat-kandungan-skincare-yang-bagus-untuk-kulit/>

Yenissa, Fitri. (2017). *Pengaruh Iklan Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Niat Pembelian Ulang*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.