

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Firmansyah, A. (2019), *Komunikasi Pemasaran*, Edisi ke-1, CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Edisi ke – 1, CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020), *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 5th Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021), *Principles of Marketing*, 19th Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Balasubramanian, S. (2023), *Principles of Marketing*, 19th edition, Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019), *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A. (2022), *Marketing Management*, 16th edition, Pearson Education.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J. (2019), *Consumer Behavior*, 12th Edition, Pearson Education.
- Uluwiyah, A. N. (2022), *Strategi Bauran Promosi*, Edisi ke – 1, DI Yogyakarta : CV. Multi Pustaka Utama.
- Umar., H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

JURNAL :

- Arif, M. E. (2019), *The Influence of Electronic Word of Mouth (EWOM), Brand Image, and Price on Re-purchase Intention of Airline Customers*, Universitas Brawijaya.
- Ellyawati, J., Piwi, A. P. (2022), *Anteseden Niat Beli Ulang Belanja Online: Uji E-kepuasan Sebagai Mediasi*, Universitas Atma Jaya.
- Fibriyanti, N. A., Hukama, L. D. (2021), *Niat beli ulang mahasiswa terhadap kopi berkonsep coffee-to-go shop*, Univesitas Yarsi.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K. (2019), *The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis*.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., Ali, H. (2022), *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ulang : Promosi, Harga, Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*.

Setianingsih, R. E., Cung, F. G., Bunfa, L. (2023), *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee*, IBII.

Simamora, B. (2022), *Keputusan, niat, ekspektasi, kemauan, dan kemauan: Kritikus dan komentar*, IBII.

Syaban, A., Moeliono, N. N. K. (2018), *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Halaman*, Universitas Telkom.

SKRIPSI :

Caroline, V. (2023), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara*, IBII.

Jonathan, V. (2021), Skripsi : *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aksesoris Mobil Bermaterial Fiberglass pada Aplikasi Bukalapak*, IBII.

Ruslim, C. E. (2023), Skripsi : *Pengaruh Pemasaran Viral dan Celebrity Endoser Song Joong Ki Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening di Jakarta*, IBII.

DISERTASI :

Wahyudi, M. A. (2022), Disertasi : *Pengaruh Asosiasi Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kesadaran Halal Konsumen Muslim Melalui Kepercayaan Merek J.CO Donuts dan Breadtalk (Studi Empiris Tiga Perguruan Tinggi Islam di Wilayah DKI)*, IBII.

WEBSITE :

Compas (2023), “10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace” diakses pada tahun 2023. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Databoks (2023), “Pengunjung Shopee dan Bilibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun” diakses pada tahun 2023. <http://bit.ly/Databoksecommerce>

Hootsuite (2023), “Indonesian Digital Report 2023” diakses pada tahun 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>