

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R. & Indriani, F. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah, Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-14.
- Bataineh, A. Q. (2015). *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention : The Mediating Role of Corporate Image, International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 126-137.
- Barus, H. (2019, Oktober 7). Nivea Berikan Dukungan Perawatan Kulit Secara Online. Diperoleh 3 Januari 2020 dari <https://www.industry.co.id/read/56239/nivea-berikan-dukungan-perawatan-kulit-secara-online>
- BPOM. (2017). Peraturan BPOM No.30 Tahun 2017. Jakarta. Retrieved 27 September 2020, from <https://jdih.pom.go.id>
- Chotijah, S. H. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Merek Wardah pada mahasiswi di kota Malang*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri, Malang.
- Chrisprastika. (2016, August 10). *Cosmetic Purchasing Trends*. Diperoleh tanggal 2 Januari 2020 dari <https://blog.jakpat.net/cosmetic-purchasing-trends-survey-report/>
- Damayanthi, W. A. I. & Wanninayake, W. M. C. B. (2017). *The Impact of Brand Equity on Purchase Intention : With Special Reference to Male Skincare Market in Sri Lanka, Student Research Conference on Marketing*, 2, 28.
- Databoks. (2018, Februari 7). Produk Fesyen dan Kecantikan Paling Diminati di Belanja Online. Diperoleh tanggal 5 Januari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produks-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>
- Diantidini, N. (2018). *Pengaruh Online Review Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Bakrie pada Produk Kosmetik Rollover Reaction (Studi Pada Femaledaily.com)*. Skripsi pada Universitas Bakrie, Jakarta.
- Effendy, R. R. H. (2019). *Pengaruh Brand Perceived Quality Terhadap Brand Purchase Intention Dengan Intervening Halal Brand Trust (Studi Pada Wardah Kosmetik Instaperfect Series)*. Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Female Daily Website. (2020, January 5). Review Wardah Sunscreen. Diperoleh tanggal 5 Januari 2020 dari <https://femaledaily.com/>

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastudi, F. M. (2018). *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Wardah, Jurnal Manajemen UII*.
- Hikmawat, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Isna, T.D. (2020, Maret 5). Ini Top 10 Situs E-commerce di Indonesia. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read275132/ini-top-10-situs-e-commerce-di-indonesia-mana-yang-unggul-tokopedia-atau-shopee>
- Kementerian Perindustrian. (2020, January 27). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Diperoleh tanggal 14 februari 2020 dari <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Koponen, J. (2017). *Harnessing The Impact of Electronic Word-of-Mouth on Purchase Intention of Cosmetics Based on The Functional Attitude Theory, Aalto Bachelor Thesis Conference*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England : Pearson
- Limartha, M. & Erdiansyah, R. (2018). *Pengaruh Brand Equity dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta Pada Produk Wardah, Prologia, 2(2), 426-433*.
- Lee, J. E., Goh, M.L & Bin Mohd Noor, M.Z. (2019). *Understanding Purchase Intention of University Students Towards Skin Care Products, PSU Research Review, 3(3), 161-178*.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : CV Alfabeta
- Nabila, S. M. (2019). *Pengaruh Review Produk & Brand Awareness Terhadap Trust & Minat Beli (Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion oleh Allyssa Hawadi melalui Instagram), Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 106-123*.
- Novrianty, Nelly. (2017). *The Analysis of Brand Equity Towards Purchase Intention (Case Study of Wardah Brand in Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Novita, E. (2019). *Pengaruh Country of Origin, Brand Image & Beauty Vlogger sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Lipcream Wardah*. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara, Medan.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : CV Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Putri, L. & Wandebori, H. (2016). *Factor Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review, ICEBESS Proceeding*, 255-263.
- Raffaele, F., Hofacker, C. F., & Alguezaui, S. (2017). *What makes information in online consumer review diagnostic over time, Computers in Human Behaviour*, 80, 122-131.
- Schepers, M. (2015). *The Impact of Online Consumer Review Factors on the Dutch Consumer Buying Decision, IBA Bachelor Thesis Conference*.
- Shopee. (2020). Sunscreen Wardah. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://shopee.co.id/Wardah-Sun-Care-Sunscreen-Gel-SPF-30-40-ml-i.59763733.1143231297>
- Shopee. (2020). Sunscreen Loreal. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://shopee.co.id/L'Oreal-Paris-UV-Perfect-Matte-Fresh-Sunscreen-SPF-50-PA-Skin-Care-30-ml-i.62579622.1802875006>
- Shopee. (2020). Sunscreen Biore. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://shopee.co.id/Biore-UV-Aqua-Rich-Watery-Essence-SPF50-50-gr-Sunscreen-i.36092728.624582458>
- Shopee. (2020). Sunscreen Emina. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://shopee.co.id/Emina-Sun-Protection-SPF-30-60-ml-i.63983008.1055710127>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Soco Review. (2020, January 5). *Review Wardah Sunscreen*. Diperoleh tanggal 5 Januari 2020 dari <https://review.soco.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta : Andi Offset.

- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Sutanto, M. A. & Aprianingsih, A. (2016). *The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention, ICEBESS Proceeding*, 218-230.
- Tokopedia. (2020). Sunscreen Wardah. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://www.tokopedia.com/wardah-official/wardah-sun-care-sunscreen-gel-spf-30-40-ml>
- Tokopedia. (2020). Sunscreen Loreal. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://www.tokopedia.com/lorealparis/l-oreal-paris-uv-perfect-matte-fresh>
- Tokopedia. (2020). Sunscreen Biore. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://www.tokopedia.com/kao/biore-uv-aqua-rich-watery-essence-spf50-50-gr-1>
- Tokopedia. (2020). Sunscreen Emina. Diperoleh tanggal 29 Mei 2020 dari <https://www.tokopedia.com/emina-official/emina-sun-protection-spf-30-60-ml>
- Top Brand Awards Website. (2019). *Top Brand Index*. Diperoleh 18 September 2019 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Wang, S., Cunningham, N. R., & Eastin, M. S. (2015). *The Impact of eWOM Message Characteristics on Perceived Effectiveness of Online Consumer Review, Journal of Interactive Advertising*, 15(2), 151-159.
- Wardani, A. K. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Forum Online Female Daily Terhadap Minat Beli Produk Purbasari di Kalangan Remaja Wanita, JOM Fisip*, 4(2), 1-15.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- ZAP Clinic. (2018). *ZAP Beauty Index*. Diperoleh tanggal 2 Januari 2020 dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>