

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah , S. N. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Executive*. Telkom University .
- Akbar , M. J. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading)*. Universitas Brawijaya.
- Alnoor , A., Hassan , A., & Wah , K. K. (Eds.). (2021). *Artificial Neural Networks and Structural Equation Modeling*. Springer Nature Singapore.
- Alvarez, D. M. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Studi dilakukan Pada Konsumen Produk Eiger di Kota Bandung)*. Universitas Telkom .
- Angelia, D. (2022, September 18). *GoodStats*. Retrieved Juni 12, 2023, from 9 Alasan Perempuan Lebih Memilih Produk Kosmetik Lokal Daripada Luar Negeri: <https://goodstats.id/article/9-alasan-perempuan-lebih-memilih-produk-kosmetik-lokal-daripada-luar-negeri-DuGRM>
- Angelina , C., Lim , S., Sharon , & Lombogia , J. Y. (2020). Pengaruh Current Ratio, Debt to EquityRatio, Perputaran Kas dan Total Asset TurnOver(TATO)Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food & Beveragesyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *OWNER : Riset dan Jurnal Akuntansi* , IV No.1 , 16-27 .
- Aninda , N. (2022, Agustus 31). *Hypeabis.id*. Retrieved Juni 12, 2023, from 90% Perempuan Indonesia Gunakan Brand Makeup Lokal: <https://hypeabis.id/read/16090/90-perempuan-indonesia-gunakan-brand-makeup-lokal>
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision (Plane Tickets Online in the Special Region of Yogyakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 78-82.
- Aprillio, R. G., & Wulandari , A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Favehotel Hyper Square Bandung Tahun 2018). *e-Proceeding of Applied Science*, IV No 3, 1045-1052.
- Aprillita , D., & Perkasa , D. H. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Daya Beli Masyarakat untuk Sektor Online Retail. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Kewirausahaan*, 14-19.
- Arfah , Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* . PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan Lifestyle. *SiNTESa*, 111-122.

- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The Effects of Perceived Ease of Use, Electronic Word of Mouth and Content Marketing on Purchase Decision (Traveloka). *International Journal of Data and Network Science*, 81-90.
- Babu, G. (n.d.). *Factors Influencing the Buying Decision of Consumers' towards Branded Biscuits*. Archers and Elevators Publishing House.
- Bachri, N. (2019). *Statistika Dasar untuk Bisnis : Teori, Pendekatan dan Contoh Kasusnya*. CV Jejak.
- Budiyanto, A. (2021). *Pemasaran Jasa: Pengertian dan Perkembangan*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Bunjamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Literasi Nusantara Abadi.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Equilibrium : Jurnal Pendidikan*, IX, 18-24.
- Corry, A. (2020, Desember 22). *DailySocial id*. Retrieved April 9, 2023, from Mad For Makeup Melawan Industri Kecantikan Konvensional dengan "Co-creating" Produk Terjangkau: <https://dailysocial.id/post/mad-for-makeup-melawan-industri-kecantikan-konvensional-dengan-co-creating-produk-terjangkau>
- Cuong, D. T. (2021). The Relationship Between Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, and Repurchase Intention. In M. N. Al-Kabi, M. A. Al-Sharafi, K. Shaalan, & M. Al-Emran (Eds.), *Proceedings of International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems* (pp. 1-705). Springer International Publishing.
- Dairina, L., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Converse di Lampung. *Jurnal Ekonomi Islam*, V11 No.1, 118-134.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Management*, XI Nomor 2, 1-9.
- Dindin, e. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Djohan, A. J. (2021). *MANAJEMEN & STRATEGI PEMBELIAN*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

- Emanuela , L. (2021, April 25). *BeautyJournal.id*. Retrieved April 9, 2023, from
Gunakan TikTok untuk Bisnis, Ini Cerita Founder Mad for Makeup, Nutrishe,
dan Binar Academy yang Inspiratif!:
<https://journal.sociolla.com/lifestyle/tiktok-untuk-bisnis>
- Endang , A. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish.
- Faradsya, C. I., & Trianasari, N. (2021, April). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *e-Proceeding of Management, VIII*, 865-873.
- Fatirul, A. N., & Walujo, D. A. (2022). *Metode Penelitian Pengembangan Bidang Pembelajaran (Edisi Khusus Mahasiswa Pendidikan dan Pendidik)*. Pascal Books.
- Febrinastri, F. (2022). *Hingga Juli 2022, Industri Kosmetik Meningkat 83% dan Didominasi UKM*. suara.com. Retrieved November 20, 2022, from
<https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* . Badan Penerbit - Undip.
- Ginee. (2022, Juni 14). Retrieved Juni 12, 2023, from 5 Top Marketplace Indonesia Q1 2022 Sumber Peluang Bisnis!: <https://ginee.com/id/insights/top-marketplace/>
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Deepublish.
- Hadion, W. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.
- Harahap , R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Manajemen Tools, VII No.1*, 77-84.
- Hasian , A. G., & Pramuditha , C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, III No 2*, 115-121.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hernama , & Hermawati , S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow Pada Konsumen Pria di Kota Depok. *UG Jurnal*, 50-58.
- Herstory. (2022). *Bermodal Rp800 Ribu, Mad for Makeup Hadapi Trial and Error Demi Produk Berkualitas Tinggi, Shirley Oslan: Belajar dari Sejuta Kesalahan*. Retrieved November 25, 2022, from

<https://herstory.co.id/read97627/bermodal-rp800-ribu-mad-for-makeup-hadapi-trial-and-error-demi-produk-berkualitas-tinggi-shirley-oslan-belajar-dari-sejuta-kesalahan?page=1>

- Irawan , I. C. (2020). Analisis E-Marketing terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Of Business and Banking*, IX No.2, 247-260. doi:10.14414/jbb.v9i2.1907
- Kalb, I. S. (2002). *E-Marketing*. K & A Press.
- Kamaruddin, I., Florensia , W., Palilingan, R. A., Solomon, G. A., Hedro, D. J., Nopianto, . . . Adri, K. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Global Eksekutif Teknologi.
- Kementerian Perindustrian. (2020, Januari 2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Retrieved November 20, 2022, from <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Kodrat , D. S. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. Prenada Media.
- Kusuma , A. C., Listyorini , S., & Hadi , S. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, XI No 1, 118-126.
- Kusuma , A. H., Sudirman , A., Purnomo , A., Aisyah , S., Sahir, S. H., Rumondang , A., . . . Simarmata , J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Kusuma, P. P., Ekawati, N. W., & Yasa, N. N. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Niat Beli*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Lestari , D. P., & Widjanarko , W. (2023, Maret). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.id di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, II No.3, 754-765.
- M. Y. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. PT Penerbit IPB Press.
- Mad For Makeup. (n.d.). Retrieved November 16, 2022, from <https://www.madformakeup.co/>
- Moser, M. (2008). *United We Brand: Menciptakan Merek Kohesif Yang Dilihat, Didengar, dan Diingat*. Erlangga.
- Mukhid , A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Munandar , D. (n.d.).

- Munandar, D. (2022). The Role of Digital Marketing, Influencer Marketing and Electronic Word of Mouth (eWOM), on Online Purchase Decisions for Consumers of Private University Students in Bandung West Java. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, VI, 1-8.
- Muthia , N. D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ms Glow*. Telkom University.
- Nadya , N. (2022, September 19). *Fimela*. Retrieved Desember 20, 2022, from Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal: <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal>
- Nadya, N. (2022). *8 Dari 10 Orang Indonesia Belanja Produk Makeup Hingga Rp250 Ribu Per Bulan*. Fimela. Retrieved Desember 18, 2022, from <https://www.fimela.com/beauty/read/5057537/8-dari-10-orang-indonesia-belanja-produk-makeup-hingga-rp250-ribu-per-bulan>
- Naim , A., & Kautish , S. K. (Eds.). (2022). *Building a Brand Image Through Electronic Customer Relationship Management*. IGI Global.
- Nasution , M. I., Prayogi , M. A., & Nasution , S. M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, I No.1, 1-12. doi:10.5281/zenodo.1012560
- Ningsih , S., & Dukalang , H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Berganda. *Jambura: Journal Of Mathematics*, I No.1, 43-53.
- Novansa , H., & Ali , H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, II(8), 621-632.
- Noviandi, A. (2021). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia. *Business and Entrepreneurship Journal*, II No 1, 25-29.
- Nugraha , B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Nurrahmah , A., Febri , R., Hernaeny , U., Pratiwi , L., Wahyudin , Rukyat , A., . . . Setiawan , J. (2021). *Pengantar Statistika*. Media Sains Indonesia.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Monograf : Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nusannas , I., Hurriyati, R., & Sultan , M. (2020). Factors affecting consumer's purchase decision to apply household loan credit. In A. G. Abdullah , B. T., R. H., Lisnawati , & Sulastri , *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*.

- Onsardi , Ekowati , S., Yulinda , A. T., & Megawati . (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image, dan Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina MS Glow Kola Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, V No 2, 10-19.
- Pakpahan, A. F., Prasetio , A., Negara , E. S., Gurning , K., Situmorang , R. F., Tasning , T., . . . Rantung , J. (2021). *Metodologi Penelitian* . Yayasan Kita Menulis .
- Pradana , D., Hidayah , S., & Rahmawati . (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian. *Kinerja (Jurnal Ekonomi dan Manajemen)*, XIV No.1 , 16-23 .
- Pramudana, K. A., & Santika , I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, VII, 2247-2256.
- Rabbani , D. B., Diwyarthi, N. M., Mulyati , A, M. U., Hadawiah , Sari , Y. P., . . . Salehan . (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, VII No 1, 25-29.
- Raharjo , F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding*. Anak Hebat Indonesia.
- Rahayu , S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*. Penerbit Adab .
- Rahmah , C. N. (2023, April 2). *theAsianparent*. Retrieved from 3 Fase Remaja Berdasarkan Usianya, Parents Perlu Tahu!: <https://id.theasianparent.com/fase-remaja>
- Rahman, Y. A., & Hidayati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Intensitas Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Famili. *Diponegoro Journal Management*, X No 2.
- Ramadhani , R., & Bina , N. S. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media.
- Ramadhan , M. (2021). *Metode Penelitian* . Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rauf , A., Manullang , S. O., Ardiansyah , T. E., Akbar , I., Awaluddin, R., Muniarty , P., . . . Yahawi , S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania .
- Retnowulan, J. (2017, September). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Humaniora*, XVII No.2, 139-145.

- Rif'atul , A., & Endang , A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, X No.2, 1153-1158.
- Rismawati , R. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Electronic Word of Mouth (e-WOM), dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Aesthetic Clinic Bintaro Tangerang)*. Universitas Mercu Buana .
- Riyanto , S., & Hatmawan , A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish .
- Roflin, E., & Riana , F. (2022). *Analisis Korelasi dan Regresi*. Penerbit NEM.
- Sa'adah , L. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saifuddin , A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Prenada Media.
- Saktiana , N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto. *Master : Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan* , I No.1, 45-62.
- Salasi, & Maidiyah , E. (2017). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Syiah Kuala University Press.
- Saleh , M. Y., & Said , M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media .
- Sandi, K., Habibi, R., & Fauzan, M. N. (2020). *Tutorial PHP Machine Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda*. Kreatif.
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo.
- Sari, I. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Online Consumer Review (OCR) terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Semarang)*. Universitas Semarang .
- Satria , M. F. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Clothing Store (Studi Pada Followers Account Instagram Fatto A Mano)*. Univeristas Muhammadiyah Malang .
- Sawlani , D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online (Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan)* . Scopindo Media Pustaka.
- Setiawan , C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia. *Ilmiah M-Progress*, X No 1, 1-9.
- Sewaka , Anggraini , K., & Sunarsih , D. (2022). *Digital Marketing*. Pascal Books.
- Sherly , Rieszso , A. S., Hendrayani , E., Febrianty, Bagenda, C., Satria , F., . . . Abdurrohman . (2022). *Manajemen Merek*. Media Sains Indonesia.

- Shopee Mad For Makeup. (n.d.). Retrieved from <https://shopee.co.id/madformakeupofficial>
- Simamora, B. (2002). *Aura Merek*.
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen*. IOCS Publisher.
- Siswanty, Y. E., & Prihatni, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *JIAB : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 380-388.
- Strauss, J., & Frost, R. D. (2016). *E-Marketing*. Taylor and Francis.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta .
- Sukmawati, B. S. (2021). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee*. Telkom University .
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021, Mei). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Al-Multazim : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1 No.1, 25-38.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers Satisfaction through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship and Business*, II No 1, 56-70.
- Tonce, Y., & Ranga, Y. D. (2021). *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 342-352.
- Umar, M., Wahyudi, I., Damanik, D., Purba, E., Ruswandi, W., Febrian, W. D., . . . Yulianti, I. A. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Global Eksekutif Teknologi.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta .
- Vokraf. (2022, April 13). *Strategi Mad for Makeup Membangun Koneksi dengan Audiens*. Retrieved from <https://blog.vokraf.com/?p=8454>
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Garudhawaca.

- Widodo , A., & Yusiana , R. (2021). *Metodologi Penelitian : Penentuan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling* . Bandung: PT Refika Aditama .
- Widyanto , I., & Albertis . (2021, April). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-Mas : Jurnal Manajemen dan Sains*, 138-145.
- Wisnu , D., & Permana , G. I. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media dan Citra Merek terhadap Niat Beli*. Pustaka Peradaban.
- Yulianto , E. (2020). *Bisnis Online dan E-commerce : Meneroka Kualitas Pelayanan Online pada Pelanggan*. Inteligencia Media.
- Zia, A., Younus, S., & Mirza, F. (2021). Investigating the Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, XV(2), 1092.