

## DAFTAR PUSTAKA

Adriyanti, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Dipenogoro Journal Of Management*, 6, 1–14.

Aliyah, K. A. (2017). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN VIRAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SFA STEAK & RESTO KARANGANYAR). *NASPA Journal*, 6(1), 51–66.

<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>

Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 228989. <https://doi.org/10.35760/eb>.

Ayuningtyas, U. (2020). *Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Citra Merek, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Layanan Grabfood (Studi pada ...* <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83263>

Choirunisa, S. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek pada Keputusan Pembelian melalui Media Sosial pada Kosmetik Wardah (Studi pada Qween Cosmetics And Perfumes Wonosobo)*.

Daniel Reven, A. T. F. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*, 6(3), 1–13.

Saputro, D. A. W. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, SELEBRITY ENDORSER, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK WARDAH (STUDI KASUS KONSUMEN WARDAH KAB. PONOROGO)*.

Satriani, A. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PONSEL IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR )*.

Situmorang, I. L. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MEREK POND'S PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU. *NASPA Journal*, 42(1), 1.

<http://ijims.iainsalatiga.ac.id/index.php/ijims/article/view/259/212%0Ahttps://ejournal.inzah.ac.id/index.php/attalim/article/view/108>

Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594.

Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>