

## DAFTAR PUSTAKA

- A Pandey, r. s. (2018). Social media marketing impact on the purchase intention of millennials. *International Journal of Business Information System* 28(2).
- Ajif, P. (2013). *Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto. (2013). *Prosedur penulisan: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka.
- Creswell. (2014). *Research design: qualitative, quantitative and mixed*.
- Croteau, H. M. (2012). *Media Society: Industries, Images and Audiences* . Sage Publication.
- Damayanti. (2020). Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word of Mouth (E-WOM) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Sosial Media . *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, vOL. 2, No. 1, 31-45.
- Dang, Z. &. (2018). Adoption of Social Media Search System: An IS Success Model Perspective. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2), 55-78.
- Dictionaries, O. L. (2019). Retrieved from Oxford University Press: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/skincare?q=skincare>.
- Farida, S. M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) . *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 7(1), 47-62.
- Hariyanti, W. A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, (15), 133-146.
- Hussain, S. (2018). "Consumers online information adoption behavior: Motives and antecedents of electronic word of mouth communications", *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 22-32.
- Ismagilova, E. (2017). *Electronic Word of Mouth in the marketing context*.
- Kothari. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Delhi: New Age International.

- Kotler, P. d. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Krisyanto. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media .
- Marcinda, A. (2023). *The Originote Hyalucera Moisturizer, Tekstur Gel yang Nyaman dan Cocok di Kulit Berminyak*. Retrieved from Journal, Beauty: <https://journal.sociolla.com/editorsreview/review-the-originote-hyalucera-moisturizer-tekstur-gel-yang-nyaman-dan-cocokdi-kulit-berminyak>
- Moleong, J. L. (2017). *Metode Penulisan Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mtehdods approaches*. (n.d.). USA: SAGE Publications.
- Muhadjir, N. (1998). *Metodologi Penulisan Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks dan Penulisan Agama*.
- Nanda, K. D. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Survei pada pengguna aplikasi TikTok). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 84-94.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* . Bandung : Simbiosis Rekatama Media .
- Nazir, M. R. (2014). *Metode Penulisan* . Bogor: Ghalia Indonesia .
- Pratama, A. (2023). *The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas dengan Harga Terjangkau*. Retrieved from Info Brand: <https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkanproduk-skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml>.
- Putsanra, P. &. (2019). *Mengenal Arti Skincare*.
- Revitasari, F. (n.d.). *Mengenal Beauty 4.0: Tren Kecantikan yang Ikuti Revolusi Industri 4.0*. Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/life/WoMen/vita/mengenal-beauty-40-tren-kecantikan-yangikuti-revolusi-industri-1/full>.
- Samuel, M. J. (2012). "The effect of word of mouth on inbound tourists" decision for traveling to Islamic destinations (the case of Isfahan as a tourist destinasion in Iran). *Journal of Islamic Markaeting*, 3(1), 12-21.
- Sugiyono, C. (2015). *Metode penulisan kombinasi (mixed methods)*. Jakarta:

RajaGrafindo Perkasa.

Sukoco, S. A. (2018). *NEW Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jawa Timur: CV Pustaka Abadi .

*Tahapan Merawat Kulit*. (n.d.). Retrieved from Gaya Hidup: <https://tirto.id/mengenal-arti-skincare-dantahapan-merawat-kulit-eimA>

Tervakari, K. S. (2011). Evaluating the Quality of Social Media in an Educational Context . *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 21-27.

Wahyuni, A. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. 212-231.

