

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, S. E. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Media Pressindo.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Beautynesia. (2017). *Mau Tahu Tentang Jafra Kosmetik? Ini Dia Informasi Lengkapnya!* Beautynesia. <https://www.beautynesia.id/beauty/mau-tahu-tentang-jafra-kosmetik-ini-dia-informasi-lengkapnya/b-104018>
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3).
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public relation*. Alfabeta.
- Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Jakarta: Erlangga*.
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75.
- Hasan, A., & SE, M. M. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasibuan, F. A. (2023). *PENGARUH EFEKTIVITAS AMPLIFIED E-WOM DI INSTAGRAM TERHADAP SIGNIFIKANSI JUMLAH KUNJUNGAN E-COMMERCE DALAM EVENT PROMO TANGGAL CANTIK*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Indri Hapsari, Hairudin Bugis, Irelida Sari Syaranamual, Usman, & Siti Nurkhalisa. (2024). Peran E-Wom Memediasi Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jafra Cosmetics Internasional Di Kota Kendari. *Journal Publicuho*, 7(1), 193–203. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.349>
- Joesyiana, K. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- Kasus, S., Warung, D. I., & Klotok, K. (2021). “ *implementasi marketing wom (word of mouth) di era digital perspektif marketing syariah (studi kasus di*

warung kopi klotok pakem).”

- Kemenko Perekonomian. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Khoirunnisa, A. A., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 672–680.
- Kotler & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT. Indeks.
- Kotler, P. (2015). Keller.(2016). *Marketing Management*, 15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Nieto, J., Hernández-Maestro, R. M., & Muñoz-Gallego, P. A. (2014). Marketing decisions, customer reviews, and business performance: The use of the Toprural website by Spanish rural lodging establishments. *Tourism Management*, 45, 115–123.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*, New York. Penerbit: Kaplan Inc.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 11–25.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (D. Sutopo. S. Pd, MT, Ir. Bandung: Alfabeta.

- Sumardy, M. S., & Melone, M. (2011). The power of word of mouth marketing. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.*
- Tadika, P., & Genius, I. (2023). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH.* 10(1), 47–53.
- TechnoBusiness Media. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia.* TechnoBusiness Media. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Tjiptono, F. (2008). Komunikasi Pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi.*
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen dan strategi merek. *Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.*
- Tjiptono, F., Arli, D., & Bucic, T. (2014). Consumer confusion proneness: insights from a developing economy. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(6), 722–734.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis.*
- Wahyuddin, N. N., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. (2019). Pelanggan TV berbayar di Indonesia: tantangan hambatan berpindah dalam mempertahankan loyalitas. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(1), 25–33.