

DAFTAR PUSTAKA

- A., N. F., & Soliha, E. (April 2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 10. No. 1.
- Adawiah, R., Parani, S. B., & Farid. (Vol. 1, No. 3, September 2015). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MENGGUNAKAN PRODUK Kosmetik (Studi Pada Swalayan Grand Hero di Kota Palu). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 271-278.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (Oktober 2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 62-66.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (November 2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, Vol. 1, No. 1.
- Dema, F. U., & Rokman, N. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, Vo.1, No.2.
- Ferinnadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fianto, Achmad Yanu Alif., Djumilah, Hadiwidjojo., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2).
- Fildzah, H. 2019. Pengaruh Harga, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gracia Skin Di Kota Semarang. Skripsi. Tidak di terbitkan. Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang
- Fitriyanti, V., Sampurno, & Derriawan. (Desember 2019). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk Emina Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Emina. *Jurnal Medical Profession (MedPro)*, Vol.3 No.3.
- Jalilvand, R, 2012, The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol30/No 4,

- Januari, hal 460 - 476. Goldsmith, R, 2008, *Electronic Word-of-Mouth*, E-commerce, Idea Group Reference Global, Florida.
- Kemenperin. (2019). *Kemenperin Optimis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen*. Dalam <https://kemenperin.go.id/>. Diunduh pada 20 Mei 2021
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran (ed.millennium)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran (ed.11)*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (ed.12)*. Jakarta: Erlangga.
- Lin, Chinho, Yi Shuang Wu, Jeng-Chung Victor Chen. (2013). *Electronic Word of Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. Thailand.
- Peter, J.P dan Jerry C.O. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (edisi 9)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ritma,R. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia*. Skripsi. Tidak di Terbitkan. Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Schiffman, L. G. (2008). *Perilaku Konsumen (ed.7)*. Jakarta: Indeks.
- Sudharto P. Hadi. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. d. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Swastha, B. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern (ed.2)*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran (ed.1)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Startegi Pemasaran (ed.2)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuliana, E.S. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar yang Berada di Kota Semarang)*. Skripsi. Tidak di Terbitkan. Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang*. *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.

Data Penduduk Kota Semarang (2021). Diakses 25 Oktober 2021, dari <https://semarangkota.bps.go.id>

Pentingnya sebuah *review online*. Diakses 3 November 2021, dari <https://www.kompasiana.com/idmetafora/5c91ef2f0b531c0fe92a6983/apa-pentingnya-sebuah-review-online-untuk-bisnis-anda?>