

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, M.A, Mustafa I., and Pinar, S. 2016. *e-WOM, eReferral and gender in the virtual community*. Marketing Intelligence & Planning, 34.5(2016): 692-710
- Alfianto E. A, Fazizah. A, N Mufida. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. SKETSA BISNIS (e-jurnal) 5 (1), 1-14
- Avivah, N., Yuwita, N., & Ahwan, Z. (2023). Bad Influence Sosmed Pada Kawasan Wisata Tretes Terhadap Pola Pikir Psikologi, Life Style Generasi Muda Pasuruan (Tinjauan Teori Determinisme Teknologi). JURNAL HERITAGE, 11(2), 109-120.
- Avrina Yasmin, Sadia Tasneem, Kaniz Fateemah, international jurnal of management science dan bussines administration No.1 , april 2015: 70.
- Achiffman, L, G, & Kanuk L. L (2014). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Jakarta : PT. Index Gramedia.
- Adriyati, Rosmaya and farida Indriani. 2017. “ *Pengaruh e-WOM Terhadap citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah*”. Jurnal Manajemen 6.4 (2017) : 1-4
- Agatha , Cynthia, et al. 2019. “ *Pengaruh Brand Image dan e-WOM Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado*”. Jurnal EMBA 7.1 (2019) : 131-140
- Ardan, Agus Yande and Ni Made Rastini.2018. “ *Peran Citra Merek Memediasi Pengaru e-WOM Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar*”. Jurnal Manajemen Unud 7.11 (2018) : 5901-5929
- Compas.co.id (2021). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace = Kompas*. [https:// compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/](https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/)
- Elseidi,R.I, and El-Baz, D. 2016. Electronic Word Of Mouth Effects On Consumers Brand Attitudes, Brand Image And Purchase Intention: An Empirical Study In Egypt. The Bussines and Management Review, 7 (5): 268-276.
- Ernawati, Sri. 2019. “*Pengaruh Etnosentrisme dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Produk Tembe Mee Donggo*”. Jurnal Distribusi 7.2 (2019). 215-230
- Fazizah. A. I Gunatrayana. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam membentuuk Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur JIABI – Vol. 4 No. 1.
- Fazizah. A. EG Sukoharsono (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). Profit: Jurnal Adminsitrasi Vol. 10. No 2
- Fauzi, Firman and Ramadhia Asri. 2020. “ *Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian batik (Studi Pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat)*”. Jurnal Manajemen Pemasaran 14.2 (2020) : 86-95
- Felani Novan.2018. “*Pengaruh Variabel Consumer Ethnocentrism dan Consumer Nostalgia Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Prosuk Indomie Kuliner Indonesia*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa 6.2 (2018) : 1-12
- Fitriyah YL, et al. 2022. “*Pengaruh e-WOM di Media Sosial dan Persepsi Kualitas*

- Terhadap Keputusan Pembelian Online Skincare Ms Glow Pasuruan Store*". Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 11.5 (2022) : 1-14
- Hasan, 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word Of Mouth Marketing*. Media Pressindo, Yogyakarta
- Huang et al (2012). "the effect of eWOM on product Judgement and choise: the moderating, role of the sense of virtual community". Journal of Applied sosial Psychology. 42. (2012) : 2326-2347
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi pemasaran*, Erlangga : Jakarta

- Jalilvand, M.R (2012). "The effect of eWOM on brand image and purchase intention". *Journal of marketing inteligents and planning*.30.4 (2010): 5
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Manajemen* 13. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler Philip and Armstrong,2004. *Prinsip – Prinsip pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok
- Laksmi, Aditya Ayu, and Farah Oktafani. 2016. " Pengaruhh e-WOM Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal". *Jurnal Computech &Bisnis* 10.2 (2016) : 78- 88
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580-1593.
- Lupiyoadi, Hamdani, 2008. *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Ms Glow Beauty. (2021) . Ms Glow Official Website Ms Glow Beauty | Ms Glow Produk Ori |Ms Glow Diatriutor Resmi|Pusat Penjualan Ms. Glow .
https://www.msglowid.com/Website/Halaman/our_seller
- Murti , Wahyu, and Dreko Fernandez. 2019." Analisis Gaya Hidup dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Serta Implikasinya Terhadap Niat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Smarthphone Smartfren Andromas Pengunjung ITC Roxy Mas Jakarta)". *Jurnal Manajemen* 7.1 (2019) : 141-160
- Prianto, A. (2023). PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.
- Prianto, A., & Sulhan, M. (2021). PENGEMBANGAN KUBE SEBAGAI PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PENERIMA PKH BERBASIS QUARDRUPLE HELIX (STUDI PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM KUBE-PKH DI ERA NEW NORMAL DIKABUPATEN PASURUAN). *JURNAL HERITAGE*, 9(2), 194-212.
- Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1-9.
- Rohmah, S. A., & Ahwan, Z. (2024). Tourism Construction Model: Pengembangan Rintisan Desa Wisata Khas Suku Tengger di Kawasan Hinterland Bromo Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 125-135.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2022, December). Strategi Menuju Universitas Berorientasi Kreatif. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 724-729).
- Sa'ait, N., Kenyan, A., and Nazrin, M. F. 2016. The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2 (1): 73-80.
- Sari, Saidah Putri.2020. *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Psikoborneo*, 8 (1) : 147- 155
- Shimp. T.A, Sharma. S. 1987. *Consumer ethnosentrism: construction and validation of the CETSCALE*. *Journal of marketing research*.24,(3) : 280-289
- Sopiah, Sangadji, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV. Andi Ofset
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R.D*. Bandung : Alfabeta
- Suharno, dan Yudi Sutarsono (2010). "Marketing in Practice".Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sulhan, M., Indriyani, F., & Nuraeni, N. (2023). Pengaruh Transformational Leadership, Empowering Leadership Dan Digital Leadership Terhadap Kinerja Karyawan. *Eqien-*

Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(02), 231-241.

Thurau, T.H et al. "Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms : What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet". *Journal of Interactive Marketing*, 18.1 (2004) : 38-52

Torlak, O., Ozkara, B. Y., Tilaty, M. A., Cengiz, H., and Dulger, M. F. 2014. The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8 (2): 61-68

Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfaction (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 8(1), 50-55.