

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Elvira Ismagilova. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer Briefs in Business.
- Ghozali, I. Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. Latan, H. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorson, G. David. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Hair, et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM) Edisi Kedua*. United States of Amerika: SAGE Publications, Inc.
- Kamaluddin Apiaty. (2017). *Administrasi Bisnis (Cetakan ke-1)*. Makasar: CV. Sah Media.
- Kevin Lane Keller. (2013). *Strategic Brand Management. (4th edition)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, L., K. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Edinburgh Gate, England: Person Education Inc.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy (13th Edn) McGrawhill*. www.mhhe.com
- Riduwan & Kuncoro, E.A. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sarwono, Jonathan. (2015). *Statistik untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (edisi ke 6 buku 1). Jakarta: Selemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (edisi ke 6 buku 2). Jakarta: Selemba Empat.
- Sofjan Assauri. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Edisi ke-1: PT. RajaGrafindo Persada. Depok.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Cetakan Ke-1)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

### Jurnal dan skripsi:

- Agustiani, T., & Aziz, F. (2019). The Effect of Attitude Toward Behavior, Subjective Norms and Perceived Behavior Control on Purchase Intention E-Money. *The 1 International Conference on Innovation of Small Medium-Sized Enterprise (ICIS) 2019*, 1(1), 182.
- Ananda. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least*

*Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0.* Universitas Brawijaya.

- Anggraeni, Maya. (2016). Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek (*Brand Image*), *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Ulang Produk. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 63(1)*, 187–196. [www.pixability.com](http://www.pixability.com)
- Faza, M. A. (2019). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli melalui CitraMerek*.53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ivana, V., Sari, A., & Thio, S. (2014). Electronic Word-)f-Mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(2), 218-230.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy (13th Edn) McGrawhill*. [www.mhhe.com](http://www.mhhe.com)
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth ( E-wom ) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung ( Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 189–196.
- Sari Widodo, W., & Mawardi, M. (2017). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 47(1), 63–69.
- Widyanto, A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh E-Wom Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 45(1), 94–101.

#### **Internet:**

- Badan Pusat Statistik. (2010). *Penduduk Provinsi Jawa Barat Menurut Kelompok Umur dan Agama*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Google. (2019). *Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah*. <https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah>
- Gotomalls. (2019). *8 Beauty Vlogger Hijab Paling Hits dan Inspiratif di Indpnesia*. <https://www.gotomalls.com/articles/8-beauty-vlogger-hijab-paling-hits-dan-inspiratif-di-indonesia>
- Katadata, Databoks. (2018). *Pengguna Internet di Indonesia 2018 Bertambah*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>
- Katadata, Databoks. (2019). *Indonesia Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>

- Net. Blio. (2019). *Media Sosial yang Paling Banyak digunakan oleh orang Indonesia*. <https://www.brilio.net/creator/10-media-sosial-ini-paling-banyak-digunakan-oleh-orang-indonesia-e5e00f.html>
- Presiden Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. <https://www.dpr.go.id>
- Topbrand. (2020). *Top Brand Index Wardah*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=wardah](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=wardah)