

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold Manikallo. 2016. "Kisah Sukses Hanifa Ambadar Dan Affi Asegaf Membawa Female Daily Menjadi Forum Wanita Terbesar Di Indonesia." <https://ilovelife.co.id/blog/kisah-sukses-hanifa-ambadar-dan-affi-asegaf-membawa-female-daily-menjadi-forum-wanita-terbesar-di-indonesia/>.
- Brown, J, J.B Amanda, and N Lee. 2007. "Word of Mouth Communication Within Online Communities: Conceptualizing The Online Social Network." *Journal of Interactive Marketing* 21(3): 2–20.
- Chan, Yolanda, and E W T Ngai. 2011. "Conceptualising Electronic Word of Mouth Activity: An Input-Process-Output Perspective." *Marketing Intelligence & Planning* 29: 488–516.
- Chatterjee, P. 2001. "Online Reviews : Do Consumers Use Them ?" *UT: Association for Consumer Research* 18(2): 129–34.
- Ekaputri, Sarah, Cut Karolina, and Nisa Abdullah. 2020. "LITERASI INFORMASI KECANTIKAN DI KALANGAN PENGGUNA FEMALE DAILY NETWORK." *JURNAL DOKUMENTASI DAN INFORMASI* 41: 111.
- Firmansyah, Deri, and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2): 85–114.
- Jatmika, C.S. 2014. "Pengaruh *Elektronic World of Mouth* Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Smartphone Samsung Di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 3(2): 1–15.
- Kamal, Willy Wildan. 2021. "Analisis Sentimen Ulasan Produk Skincare Menggunakan Metode *Support Vector Machine* (Studi Kasus: Forum Female Daily)." : 65.
- M, Novita. 2023. "Mengenal Skintific, Merek Skincare Kanada Yang Sedang Naik Daun Di Tanah Air." <https://cantik.tempo.co/read/1731105/mengenal-skintific-merek-skincare-kanada-yang-sedang-naik-daun-di-tanah-air>.
- Minanda, Hasnia, Baiq Nikmatul Ulya, and Komang Shintiya Nita. 2023. "Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Terhadap Brand Image Dan Keputusan Berkunjung Ke Gili Trawangan Lombok." *Open Journal Systems* 17(10): 2385–92.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(4): 471–84.
- Putri, Belinda Hilda Harsana, and Olivia Barcelona Nasution. 2021. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, Dan Social Media Marketing Terhadap Brand Image Pada Produk Di Instagram." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 1(3): 240–46.

- Ryzan, K. D., G. Priowidodo, and J. D. W. Tjahjo. 2020. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap *Brand Awareness* Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya." *Jurnal E-Komunikasi* 8(2): 1–12.
- Sinay, Sari Olivia, and Ananda Sabil Hussein. 2015. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Sikap Dan Niat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Dalam Forum Female Daily." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 25–3(5): 1689–99.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/1795/1645>.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono*.
- Trivena, Jessica, and Rezi Erdiansyah. 2022. "Pengaruh Online Consumer Reviews Pada Aplikasi Female Daily Network Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc." *Kiwari* 1(3): 460–66.