

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanti, A., & Abubakar, A. H. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17, 239–248. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i2.42375>
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing*, Sixth Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Justiana, S., & Yuliana, L. (2024). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Produk Mother of Pearl*. 17(1), 150–158.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Suherman. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mangold, W G dan Faulds, DJ (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52, 357-365
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Mauludin, M. S., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (2022). Analysis of Consumer Behavior in Transactions in E-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>

- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Menitulo, G., Paskais, D., & Timotius, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>
- Moloeng, Lexy, J., 2007, Metode Penelitian Kualitatif, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurfatimah, E., Saputra, W. T., & Wahyuningratna, R. N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 120–129.
- Putra, D. F., & Dianita, I. A. (2021). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Kopiria Citra Niaga Samarinda. *E-Proceeding of Managemen*, 8(5), 6599–6606.
- Saldana., Miles & Huberman. 2014. Qualitative Data Analysis. America: SAGE Publications
- Sugiyono, 2006, Statistika Untuk Penelitian, CV. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2013, Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung
- Wijaya, T, 2018, Manajemen Kualitas Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: PT.Indeks.

Sumber online:

- Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. (n.d.). Diakses 29 Maret 2024 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

- Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia: Databoks. (n.d.) Diakses 24 Maret 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Masruroh. (2024). Bikin Bangga, Produk Kecantikan Lokal Kian Bersaing dengan Merek Dunia. Diakses 25 Maret 2024 dari <https://kumparan.com/beritaanak-surabaya/bikin-bangga-produk-kecantikan-lokal-kian-bersaing-dengan-merek-dunia-225im5EQnw8>
- MOP Beauty. (n.d.). Diakses 28 Maret 2024 dari <https://lyfewithless.com/product/mop-beauty/>
- Riset: 67 Persen Penduduk di Indonesia Lebih Banyak Belanja Offline. (2023). Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/riset-67-persen-penduduk-di-indonesia-lebih-banyak-belanja-offline-dibanding-e-commerce-30701-mvk.html>
- Selalu Viral! Kualitas Premium jadi Rahasia Kesuksesan MOP Beauty Milik Tasya Farasya. (2024). Diakses 28 Maret 2024 dari <https://editorial.femaledaily.com/blog/2024/02/27/selalu-viral-kualitas-premium-jadi-rahasia-kesuksesan-mop-beauty-milik-tasya-farasya>