

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ang, Elia Paul. (2014). *Transformasi Ekonomi Komunitas*. Yogyakarta: ANDI
- Ardha, Berliani dan Dahlia Ardha R. (2022). Analisis Komunitas Virtual *Brand Tory Burch Lovers* Indonesia di Facebook dalam proses keputusan pembelian tas. *Jurnal Komunikasi Vol. 02, No. 02*
- Belch, George E and Michael A. Belch. *Advertising and Promotion (an Integrated Marketing Communication Perspective)*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. United States of America: Courier/Kendallville.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Italy: Lego
- Latuhihin, Safira dan Sfenrianto, (2023). Efektivitas pemanfaatan Komunitas Virtual Facebook sebagai media promosi produk kuliner pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Fakultas Ekonomi Vol 12 No. 3*
- Mani, La, Nurul Savitri G, dan Zulfiah Larisu. (2022) *Virtual Community, Customer Experience, and Brand Ambassador: Purchasing Decision on Youtube*. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology. Vol. 100, No. 9.*
- Muhtadi, Asep Saeful. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi (Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi)*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka
- Setiyadi, Indiyatno Nur, Agus Rahman Alamsyah, dan Ike Kusdyah Rachmawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Skincare Alzena* Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen: Volume 8, Nomor 2*

- Silalahi Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sitakar, Beny, Yudi Fakhrol R, dan Dini Lestari. (2023) Pemanfaatan *Virtual Community* sebagai media komunikasi *E-Bussiness*, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol. 1, No. 6.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta CV
- Sutisna. (2018). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI
- Trias, Juni, Titi Siregar dan Jakaria. (2022). Analisis Pengaruh Komunitas Online dan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Melalui *E-WOM*. *Jurnal Sosial dan Sains, Volume 2, Nomor 3*
- Valeria Sandoval P. 2021. *Nethnografic Study of Online Communities: In the Skin Care Market*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação. Universidade Nova de Lisboa: Lisbon, Portugal.

Website

<https://Skintificcanada.com/> (diakses 10 Oktober pukul 19.00)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online> (diakses pada 10 oktober 2022, pukul 20.05)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online> (diakses pada 10 oktober 2022, pukul 19.30)

<https://kbbi.web.id/komunitas> (diakses pada 07 Agustus 2023, pukul 16.37)