

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A Shimp, T. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Buchari, A. H. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, D., & PR, S. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing. 3rd Edition*. UK: Butterworth.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Durianto, D., & et al. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hurlock, E. (2009). *Psikologi Perkembangan. Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Edisi ke 15*. Pearson Education Limited.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktisi Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Praktisi Skripsi, Tesis, dan Riset Media, Public*

Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.
Rawamangun: Prenadamedia Group.

Laksana, M. (2019). *Praktis memahami Manajemen Pemasaran.* Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

Limakrisna, N., & Purba, T. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Jilid 2.* Bogor: Mitra Wacana Media.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial.* Surabaya: Media Sahabat Cendikia.

Orville, Larreche, & Boyd. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global.* Jakarta: Erlangga.

Solis, B. (2012). *The Rise of Digital Influence.* Ind ed. United State : Itimeter Group.

Strauss, J., & Frost, R. (2012). *E-Marketing edisi Internasional ke 6.* London: Pearson.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.* Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Edisi 4 Andi Offset.

JURNAL

Achmad, R., & Andarini, S. (2021). Pengaruh *Influencer* Marketing terhadap *Brand Awareness* Sepatu Compass. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1-9.

Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh *Influencer* Marketing Dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 66-73.

Chaffey, D., & PR, S. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing. 3rd Edition.* UK: Butterworth.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.

- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Girsang, H. T. (2020). Pengaruh *Influencer* Marketin dan Marketplace Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Traveloka Eats. *Medan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer* Marketing Sebagai Strategi pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif Volume 15*, 113-146.
- Hutabarat, J. R. (2020). Pengaruh *Influencer* Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa di Kecamatan Medan Timur). *Repository UHN*, 15-16.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kadekova, Z., & Hoilencinova, M. (2018). *Influencer* Marketing as a Modern Phenomenon Creating a new Fontier of Virtual Opportunities. *Communication Today*, 90-104.
- Kiram, M. R. (2021). Pengaruh *Brand Awareness*, Promosi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *UIN Ar-Raniry*.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktisi Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Praktisi Skripsi, Tesis, dan Riset Media, Public Relation, Afvertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Peng, H., Xia, S., Ruan, F., & Pu, B. (2016). Age Differences in Consumer Decision Making Under Option Framing: From the Motivation Perspective. *Frontiers in Psychology, Vol 7*, 5.
- Purwiyanto, D., & Purwanto, A. (2020). *Brand Awareness* Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Studi Kasus Mahasiswa Diploma Pelayaran Pada Pembelian Tiket *Online* di PT PELNI. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 179.
- Senft, T. (2008). *Camgirls: Celebrity & Community in the Age of Social Networks*. *New York : Peter Lang*.
- Solis, B. (2012). *The Rise of Digital Influence*. Ind ed. United State : Itimeter Group.

- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of *Influencer* in Consumer Decision process: the Fashion Industri SCMS. *Journal of Indian Management*, 14-30.
- Sugiharto, S., & Purwanto, T. (2018). Pengaruh Antara Kredibilitas *Influencer* Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume VIII No.2*.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. 16.
- Wicaksono, M. P., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brans Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Pro Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol.3, No 1*, 1-18.
- Lian, B., & Tobari. (2019). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Kerja dan Disiplin Terhadap Produktivitas Kerja Guru. *Universitas PGRI Palembang*.
- Rahayu, W. S., Hartini, S., & Andria, F. (2023). Hubungan Kualitas Produk dan Harga dengan Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNiversitas Pakuan). *Eprints Universitas Pakuan*, 31.
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of Influencer in Consumer Decision process: the Fashion Industri SCMS. *Journal of Indian Management*, 14-30.

WEB

Compas.co.id. (n.d.). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace.*

Retrieved Juli 13, 2023, from Compas.co.id:
<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Dewi, N. K. (2021, Mei 25). *File Kurva Uji T dan Uji F.* Retrieved from Nawa

Kartika Dewi: <https://nawadewi.blogspot.com/2021/05/file-kurva-uji-t-dan-uji-f.html>

Kumparan.com. (2022, Mei 19). *profil Perusahaan Scarlett whitening yang*

dibangun Feliciya Angelista. Retrieved Juli 13, 2023, from Berita Terkini:
<https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT>

Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuitw (We are social):Indonesian Digital Report*

2023. Retrieved Juli 13, 2023, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Scarlett Whitening. (2024, Januari 20). *Tentang Kami: Scarlett Whitening.*

Retrieved from Scarlett Whitening:
<https://scarlettwhitening.com/#TentangKami>