

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvarizi, R., & Purnamasari, D. (2023). ) 2023 1\*,2,3 Program Studi Ilmu Komunikasi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(3). <https://doi.org/10.35870/jti>
- Anissa, & Noviyanti, S. (2023, October 18). *Di Shopee 10.10 Brands Festival, Transaksi Merek Lokal Somethinc Meningkatkan Lebih dari 14 Kali Lipat*. Kompas.Com.
- Ayu Rara Sukmawati, D., Mathori, M., Marzuki, A., & Widya Wiwaha, S. (2022). Dyah Ayu Rara Sukmawati Muhammad Mathori Achmad Marzuki PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., Kalangi, J. A. F., Ilmu, J., Bisnis, A., & Studi, P. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- 'Bisnis, M. (2023, April 24). *Perkembangan Industri Kecantikan (Bagian 2)*. Daya.Id.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Haryadi, A. R. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc* (Vol. 2, Issue 2).
- Kholifah, N. N., Satriyono, G., & Pangastuti, R. L. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 180–187. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i2.77>
- Limberty, V. (2021, December 1). *Analisis Penggunaan Media Sosial Pada Brand Somethinc*. Kompasiana.Com.
- napoleoncat.com. (2024). *Social media users in Indonesia THE LAST MONTH OF 2024*. NapoleonCat.
- Ovirya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal*

*Informatika*                      *Ekonomi*                      *Bisnis*,                      1049–1054.  
<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.666>

- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (n.d.). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar*.
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA THIS! BY ALIFAH RATU TAHUN 2020*.
- Rio Haribowo, T., Tannady, H., Yusuf, M., & Wisnu Wardhana, G. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rizali Muhammad Fiqhur. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SAKINAH 212 MART KEDIRI. *Institutional Repository of UIN SATU Tulungagung*.
- Siregar, N. 'Endah, S. (2023). DIGITAL MARKETING TO E-COMMERCE CUSTOMERS. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2).
- speaktrj. (2022, August 7). *report audit instagram somethincofficial* . Speaktrj.Com.
- Statistics, T. G. (2024). *Indonesia Social Media Statistics 2024 | Most Popular Platforms*. The Global Statistics Blogging.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND BRAND AWARENESS ON CAFE YUMA BANDUNG PURCHASE DECISIONS . *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3).
- Wigati, V. I. T. J. R. S. (2024). PENGARUH EFEKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).