

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2014). *Integraed Marketing Communication in AdvertisingandPromotion* (R. A. Hadwitia & Rahmawati (eds.); 8th
- Aziza, Siti Nur. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin di Marketplace Shopee pada Mahasiswa FEB UIN Raden Fatah Palembang*. Repository UIN Raden Fatah.
- Ghozali, Imam.2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS (edisi ke-4)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kanuk. L.L. dan Schiffman L.G. 2015. *Customer Behavior*. Edisi 8. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Khammash, M. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference, (pp. 77-84).
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hanser, T. (2016). *Marketing management*. 15e, Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Krisnawati, Indah., Reminta Lumban B., Tiar Lina S., Sherlina H (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, \Vol.18, No.2 Hal.144-152
- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). *Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram*. *Internet Research*, 29(4), 659–687. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0459>

- Manurung, Nadia Astrida Oktavia. (2021, 23 May). *Company Profile Scarlett Whitening*. Diakses pada 10 Oktober 2024, dari <https://id.scribd.com/document/509000189/Company-Profile>
- Mo, Z. L. Y. & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(June), 419–424.
- Muhamad, Nabilah. Databoks.(2023). Proporsi Konsumen yang Bertransaksi di E-Commerce Berdasarkan Kategori Produk (2022). Diakses Melalui : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/pulsa-dan-voucher-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-konsumen-di-e-commerce>
- Nasir, Tsania Mutamassikah Biddin, Achmad Agus.P dan Sulton S. (2023). *Pengaruh Iklan Sosial Media , Influencer Markering, dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. E- Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Novin, Jessica. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond's di Kota Semarang)*.
- Putri, Ourzha Miranda dan Tri Indra Wijaksana. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer rating terhadap Purchase Decision pada Konsumen Produk Wardah melalui Marketplace Shopee*. E-Proceeding of Management 8, No. 5 (2021): 6397.
- Rahma, Hilda Maulida dan Rachmat Slamet. (2023). *Pengaruh Online Customer Review ,Celebrity Endorser,dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada Pelanggan Ms.Glow Aesthetic Clinic Semarang)*. E- Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Rao,Purba. (1996). *Measuring Consumer Perception Throught Factor Analysis The Asia Manager, Fevruary-March*, Hal 28-32.
- S. Myers, S. Sen, H. Syrdal, P. Woodroof The impact of persuasion knowledge cues on social media engagement: a look at pet influencer marketing. (2022)

- Scarlett Whitening. (2024). Diakses melalui :
<https://scarlettwhitening.com/#TentangKami>.
- Schepers, M. (2015). The Impact of Online Consumer Review Factors on the Dutch Consumer Buying Decision, IBA Bachelor Thesis Conference
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie L. (2016). Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks..
- Scott, D. M. (2015). The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly (5th ed.). Wiley
- Soehandoko, Jessica Gabriella. (2022, 27 April). *Profil Bisnis Scarlett Whitening, yang didirikan Artis Felicya Angelista*. Diakses pada 10 Oktober 2024, dari <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220427/263/1527944/profil-bisnis-scarlett-whitening-yang-didirikan-artis-felicya-angelista>
- Solomon, Michael R. (2019). Consumer Behavior: Buying, Having, dan Being. Edisi ke13. Pearson Education
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sujerwni, V, Wiretni. (2014). Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta. Pustaka baru press.
- Tjiptono, Fandy. 2020.Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.2020.pp.21-125