

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Achmadi, Cholid Nabuko Abu. (2015). *Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi*. Rake Sarasin, September 2010, 36.
- Anwar, M. (2022). *Pengantar Dasar Ilmu Manajemen: Edisi Kedua*. 122. <https://books.google.co.id/books?id=TDNqEAAAQBAJ>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. DEEPUBLISH CV BUDI UTAMA.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen_Pemasaran/baTXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran+Miguna+Astuti+dan+Agni+2020&pg=PR3&printsec=frontcover
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing*. DIVA Press.
- Fadli, U. M. (2019). *Metode Penelitian*. FEB UBP Karawang.
- Fadli, U. M. (2021). *Metodologi Penelitian*. FEB UBP Karawang.
- Fadli, U. M., & Faddila, S. P. (2018a). *Statistika Ekonomi Ii*. 102.
- Fadli, U. M., & Faddila, S. P. (2018b). *Statistika Ekonomi II Modul Pratikum*. FBIS Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indayani, L. (2018). *Pengantar Manajemen*. In *Pengantar Manajemen*. DEEPUBLISH CV BUDI UTAMA. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Jawanggan, Y. H. (2019). *Dasar Dasar Manajemen*. Cempaka Putih.
- Kadir. (2015). *Statistka Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kartini, Y. (2020). *media sosial dan produktivitas kerja generasi milenial*. Guepedia.
- Kodrat, D. S. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. Kencana

(Divisi dari PRENADAMEDIA Group).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *MARKETING MANAGEMENT* (Global Edi). Pearson Education Limited.

Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenporer. In *Alfabeta*. ALFABETA.

Purwanggono, C. (2018). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*. Bintang Pustaka Madani.

Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.

R, P. (2020). *Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. Management Pemasaran*, 26.

Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. DEEPUBLISH CV BUDI UTAMA.

Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang* (Kedua). ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Kedua). ALFABETA.

Surveyandini, M. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*. Nas Media Pustaka.

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.

Wirdamulya, A. (2019). *Strategi Pengelolaan Makna Merek*. PT. Penerbit IPB Press.

JURNAL:

Chandra, R. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Magnum Blue Di Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(1), 40–49.

Citra Savitri, & Robby Fauji. (2021). Model Electronic Word of Mouth Dan Rating Dalam Mempengaruhi Minat Beli Pada Marketplace Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19. *Buana Ilmu*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.36805/bi.v6i1.1980>

Dini Yani, & Dexi Triadinda. (2022). Kajian Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada Umkm

- Gonze Cianjur Jawa Barat Di Era New Normal. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(1), 16–27. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v8i1.2961>
- Fatila, A. N., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang). *Manajemen*, 11(12), 111–122. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15557>
- Hosfiar, C. R., Astuti, M., & Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4920. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i10.4351>
- Hutabarat, M. T. N., & Budiono, H. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, dan Kualitas yang Dapat Dirasakan untuk Memprediksi Minat Beli. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 150. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17185>
- Maulana, A., Solihat, A., Trijumansyah, A., Ridwan, & Djunarto. (2022a). Kata Kunci : Social Media Marketing , Brand Awareness , Minat Beli Konsumen. *Jurnal Usaha*.
- Maulana, A., Solihat, A., Trijumansyah, A., Ridwan, & Djunarto. (2022b). Meningkatkan Minat Beli Konsumen Bakso Aci Mas Jay Bandung Melalui Social Media Marketing Dan Brand Awareness. *Jurnal Usaha*, 3(1), 1–12.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nurhaliza. (2021). *Pengaruh Brand ambassadot dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. 2.
- Pitanatri, P. D. S., Virdani, P. B. A., & Sujatha, D. K. (2020). Persuasi Instagram Terhadap Brand Awareness Terhadap Pangsa Pasar Millennial di Intercontinental Bali Resort. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 2(2), 111–118. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i2.23>

- Pratiwi, Y. D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Lokasi dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Uwak. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2455–2474. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5317>
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1177, 1–13.
- Sanjaya, A. S. (2021). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli. *Climatethirty. Performa*, 5(4), 272–278. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>
- Shwastika, R., & Keni, K. (2021). The Effect of Brand Awareness, Social Media Marketing, Perceived Quality, Hedonic Motivation, and Sales Promotion Towards Consumers Intention to Purchase in Fashion Industry. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.004>
- Subagyo, & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Wanita di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 684–698.
- Sutariningsih, N. M. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2021). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Tumbel, N. A. M. T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform

Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34831>

Yulikartika, L., & Harti. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan*. 6(1), 212–230.

Yunikartika, L., & Harti. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mout (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan*.

WEBSITE:

Alona. (2019). *Instagram Ads vs Facebook Ads, yang Mana Lebih Baik?* Alona. Instagram Ads vs Facebook Ads, yang Mana Lebih Baik?

Cahyadi, I. R. (2022). *Produk Lokal Kian Menjamur, Peminat Bisnis Skincare Semakin Tinggi*. BeritaSatu.Com.
<https://www.beritasatu.com/lifestyle/909073/produk-lokal-kian-menjamur-peminat-bisnis-skincare-semakin-tinggi>

Debra, J., Owen, M., Irwanto, J., Herbert, A., & G, N. R. (2022). Instagram Sebagai Strategi Pengembangan Brand Scarlett Whitening. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 37–45. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2935>

Riskita, A. (2022). *Perjalanan Bisnis Scarlett Whitening, Gaet Song Joong-ki hingga TWICE*. Sirclo Store. <https://store.sirclo.com/blog/scarlett-whitening/>

Wulan, A. (2022). *Geliat Nyata Pertumbuhan Brand Kecantikan Lokal Buatan Indonesia*. Fimela. <https://www.fimela.com/beauty/read/5022621/geliat-nyata-pertumbuhan-brand-kecantikan-lokal-buatan-indonesia>

www.scarlettwhitening.com. (n.d.). *Profil Scarlett Whitening*.
<https://scarlettwhitening.com/>