

DAFTAR PUSTAKA

Publikasi :

- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic . *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2, 1-14.
- Anwar Sanusi. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis: Salemba Empat.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 55-66.
- Chintia, C. (2021). Pengaruh Iklan Dan Brand Ambassador Terhadap. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Fatahillah, S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar. *Nobel Indonesia Institut*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan*.
- Kertamukti, Rama. (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta.
- Kotler & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. Jilid 1, Edisi 9. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga

- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Variety Of Selection Terhadap Minat Belibody Lotion Scarlett Whitening (Studi Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4, 97–111.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4, 45-58.
- Nuada, I., Oktiani, A., Suharti, & Faezal, M. (2021). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Desain Website Dan Online Review Terhadap Minat Beli Online Di Marketplace Lazada. *Media Bina Ilmiah*, 16, 5961-5968.
- Pradwika, D. F., & Hadi, S. P. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Zalora.Co.Id (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8.
- Rohmatulloh, C. &. (2019). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonom*, 2, 1-8.
- Sari, N. S. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3, 96- 106.
- Shiratina, A. R. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digita. *Jurnal Sains Manajemen*, 2, 15-23.
- Sinta, D. (2021). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. *Undergraduate Thesis, IAIN Padangsidimpuan*.
- Siregar, S. G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram. . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Tjiptono. (2008).Strategi Pemasaran. (Edisi III). Jogjakarta.
- Ulfami, P. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee. . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2337-6078 .

Non Publikasi :

Devi, D. A., & Aswin. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Ms Glow Di Bandar Lampung. *Thesis, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.*

Megawat, N. S. (2018). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa Feb Unila). *Universitas Lampung.*

Nurhidayanti, S. (2020). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Nature Republic Di Bandar Lampung. *Skripsi Thesis, IIB Darmajaya.*

Sumber Internet :

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.

Diakses pada tanggal 5 November 2022. Pukul 20.15 WIB

<https://goodstats.id/article/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-RVGfm> Diakses pada tanggal 5 November 2022. Pukul 20.30 WIB

<https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

Diakses pada tanggal 5 Desember 2022. Pukul 20.00

<https://compas.co.id/article/produk-perawatan-tubuh-terlaris/>

Diakses pada tanggal 3 November. Pukul 20.00

<https://shopee.co.id/scarlettofficialshop?smtt=0.316472340-1667827275.3>.

Diakses pada tanggal 6 November 2022. Pukul 10.20

<https://www.instagram.com/p/CTbja7Qlezp/?igshid=MDJmNzVkMjY=>

Diakses pada tanggal 6 November 2022. Pukul 17.25

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>

Diakses pada tanggal 30 November 2022. Pukul 13.20