

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Hawa, E. F. (2024). Pengaruh E-WOM, Citra Merek, E-Commerce, dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 21(1), 19–38. <https://doi.org/10.24002/jik.v21i1.6406>
- Aliefatikha Salfa, Isyanto Puji, & Romli Darojatul Asep. (2022). Pengaruh E-WOM Beauty Blogger dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk ScarlettWhitening. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 514–523.
- Amrullah, A., Ingkadijaya, R., Ratnaningtyas, H., & Zuleika, A. K. (2023). Apakah pengaruh word of mouth lebih besar dibanding promosi media sosial instagram terhadap keputusan pembelian? *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.31602/atd.v7i1.10146>
- Angelina, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293–1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). 5,065 > T. *Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*, 8(5), 6488–6498. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16484>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Febriansari, R., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Produk Scarlett Whitening 7x Ceramide Barrier Up Moisturizer Terhadap Keputusan Pembelian Di E- Commerce Shopee. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, September*, 89.
- Imara, A. D. K. C., & Murtiyanto, R. K. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 94–99. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/3940>
- Keputusan, T., Brand, P., Whitening, S., & Shopee, P. (2024). *The influence of e-service quality, promotion and e-wom on the purchase decision of scarlett whitening brand on shopee*. 7, 1046–1059.
- Listyowati Dwi, Raring Paulina Gabriela, Hursepuny Johan, Hermawan Fransisca,

- & Santoso Hadi. (2023). Pengaruh Beauty Influencer Dan BrandImage Terhadap Keputusan PembelianProduk Scarlett Whitening. *Jurnal Widya*, 4(2), 339–350. file:///C:/Users/basti/Downloads/205-Article Text-598-1-10-20231107 (1).pdf
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING OLEH INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Survei Pada Shopper Live Streaming@ Louissescarlettfamily). *The Commercium*, 8(01), 87–97. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/58930>
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett\_Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pa. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pranata, W. C., Sherlly, Vincent, & Fitriano, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(2), 313–339.
- Purwanto, K., Wiska, M., & Hardiyanti, T. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Viral Marketing, Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Aplikasi Youtube (Studi Kasus Mahasiswa Undhari 2019-2022). *Menara Ilmu*, 17(1), 18–29. <https://doi.org/10.31869/mi.v17i1.4732>
- Sofwan, S. V., & Octaviyanti, S. (2020). pengaruh pendapatan asli daerah dan sisa lebih pembiayaan anggaran terhadap belanja modal badan badan pengelolaan keuangan dan asset kota Bandung periode 2010-2018. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA*, Vol. 11(3), 120.
- Tjiptono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan L. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 4(2).
- Utami, M. P., & Setyowati, L. (2023). Pengaruh Iklan, Merek, Beauty Influencer terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Kabupaten Tuban. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 205–224. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i4.84>
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.390>
- Wiyanti, L. N. E. (2022). Pengaruh Marketing Viral Dan Influencer Terhadaap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dalam Aplikasi Tiktok Shop. *Senmea*, 536–537.

Yulianti Wardaningtri, & Reyhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Konten Marketing (Instagram), Citra Merek dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 169–180. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2661>