

DAFTAR PUSTAKA

- Anisya Fitri, D. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nacific*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Aulia, H. F., Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Universitas Bhayangkara Surabaya). *Ubhara Management Journal*, 1(2), 316–323.
- Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Elyawati, E. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Social Media Marketing, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Scarlett Whitening Di Platform Tiktok*. STIE YKPN.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). Analysis using dependence techniques. *Multivariate Data Analysis, 7th Ed. New Jersey: Prentice Hall*, 154–176.
- Humaniora. (2019). *Indonesia, Pasar Potensial untuk Produk Perawatan Kulit*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). PT. Indeks.
- Kuncoro, W., & Windyadari, H. A. (2021). Consumer Purchasing Decision Improvement Model through Brand Image, Religiosity, Brand Ambassador and Brand Awareness. *International Business Research*, 14(8), 1–42.
- Kurniawan, F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2022). Analisis Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1888–1893.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion marketing communications*. John Wiley & Sons.
- MarkPlus, I., & ZAP Clinic. (2022). *ZAP BEAUTY INDEX 2023*. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjnrPiXuv7_AhWsSWwGHdpfBHsQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fzapclinic.com%2Fzapbeautyindex%2F2023&usg=AOvVaw2Yj9B9jLDcexuNrH-OX-P2&opi=89978449

- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Natalia, L., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 47–52.
- Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh brand ambassador, brand personality dan korean wave terhadap keputusan pembelian produk nature republic aloe vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210.
- Scarlett Whitening Official. (2023). *Scarlett Whitening Official*. Tiktok. https://www.tiktok.com/@scarlett_whitening?lang=id-ID
- Schepers, M. (2015). *The impact of online consumer reviews factors on the Dutch consumer buying decision*. University of Twente.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The effect of online consumer review toward purchase intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 53(2), 1689–1699.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.