

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3 (3), 151-164.
- 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), 1-14.
- Anasrulloh, M., WH, M. A., & Haliza, H. N. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Market Place* Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12 (1), 13-18.
- Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa. Makassar.
- Daroini, F. (2023). *Pengaruh digital marketing, inovasi produk, co-branding dan online customer review terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet: Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Dewi, A. S., Inayati, T., & Efendi, M. J. (2022). Pengaruh *Digital Marketing, Electronic Word of Mouth*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1 (3), 202-209.
- Diana, F., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2022). Pengaruh *Brand ambassador* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* (Studi Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021). *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2 (3), 536-550.
- Dotulung, M. T., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat. *Productivity*, 4 (3), 371-382.
- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada *Event Free Photocard* BTS Tokopedia). In *Jurnal Proceeding Seminar Nasional Bisnis*, 4 (1).
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *E-commerce*

- Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4 (2), 200-218.
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardiningrum, A. R. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Somethinc*. *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14 (1 Juni), 58-78.
- Fazirah, E. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5 (3), 246-254.
- Febtiani, T. A. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta)*.
- Febriani, A., & Cahya, H. N. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 150-162.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Geraldine, A. L. D., & Anisa, F. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2 (2), 132-142.
- Ginting, S. M., & Siregar, I. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan *Scarlett Whitening*. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6 (2), 840-848.
- Hasrul, A.F., Suharyati, Sembiring, R. (2021), Analisis Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol.2, 2021.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *Azarine Cosmetic*. *Journal on Education*, 5 (2), 4170-4178.
- Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, *Personal Selling* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Follower Instagram Scarlett Whitening*). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4 (2), 163-175.
- Inayati, T., Efendi, M. J. & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee Indonesia*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202-209.

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15 th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kusumodewi, Gandes. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya”, dalam *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol.4, No.3.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10 (3), 953-964.
- Maulani, B. L., & Suryana, H. P. (2023). Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan *Scarlett Whitening* (Survey Pada Konsumen Mahasiswa FEB Unpas) (*Doctoral dissertation*, Unuversitas Pasundan).
- Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Survey Pada *Followers* Instagram *Scarlett Whitening*). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9 (24), 607-615.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari *Department Store* Manado *Town Square*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9 (1), 35-42.
- Millennium, A. S., Suardana, I. W., & Negara, I. M. K. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Startup Bike Rental* Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN*, 2338, 8633.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10 (3), 975-984.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh *online customer review* terhadap *purchase intention* dengan *trust* sebagai intervening pada toko online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.

- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh *online customer review*, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace shopee* (Studi kasus pada mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 (4), 439-450.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 291.
- Panjaitan, Roymon. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo
- Probosini, D., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh promosi, *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pengguna *market place* x dengan *brand image* sebagai variabel *intervening*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445-458.
- Putri, A. A. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Iklan Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 56-62.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing In E-book*
- Rahmat, A. F., Harahap, D. A., & Saraswati, N. (2023). *Pengaruh Advertising, Brand Ambassador dan Product Bundling terhadap Purchase Decision* pada Produk *Scarlett Whitening*. In *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3 (2).
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1 (1), 18-23.
- Rahmawati, S. (2023). *Online Customer Review (OCRs) Dan Rating: Studi Kasus Pembelian Kosmetik Di Shopee (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)*.
- Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador Social Media Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Scarlett Whitening*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7 (1), 520-536.
- Rauf, A., & Sopiyan, A. (2024). *The Influence Of Digital Marketing And Green Promotion On The Decision To Purchase Toyota Raize*. *Digital Business Journal*, 2 (2), 98-111.
- Rusli, R., Salasa, Y., & Hutabarat, R. D. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Image* Produk *Fashion Damn! I Love Indonesia* Di Kalangan Mahasiswa Tangerang. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 6 (1), 77-89.

- Selfiana, H., & Susanti, R. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2 (5), 12-25.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh *consumer review* terhadap keputusan pembeli terhadap toko *online* Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954-962.
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (29th ed.). Alfabeta, Bandung.
- Supriyanto, A. (2021) 'Pertumbuhan Bisnis *Online* Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19', Al-Kharaj: *Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Syafitri, C. D., Rohana, A. F., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh *Online Consumer Reviews* terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus pada Pengguna Tokopedia di Karawang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(2), 75-91.
- Tandy, M. F. G., Listyawati, L., & Asnawi, A. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk *Scarlett Whitening* di *Marketplace* Shopee. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2 (1), 145-160.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya. 2012. *Understanding Social Media*. London. Ventus Publishing ApS.
- Thakur, R. (2018). *Customer Engagement and Online Reviews*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 48-59. [https://www.researchgate.net/publication/323489119\\_Customer\\_engagement\\_and\\_online\\_reviews](https://www.researchgate.net/publication/323489119_Customer_engagement_and_online_reviews).
- Virariani, A., Putra, S., S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Penggunaan *Digital Marketing*, *Influencer* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Di DKI Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4 (6), 8953-8960.
- Wahyudi, A. T., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *Fashion* melalui *Marketplace* Shopee. *SOSIALITA*, 2(2), 311-324.