

DAFTAR REFERENSI

- Agung Bintang, et al., 2021. Sosial Pedia (Efektivitas Yang Melupakan Tujuan Dari Aktifitas). CV. Jejak. Sukabumi.
- Ahmad, F., Hidayanti, I., & Fahri, J. (2022). The effect of product quality and brand image on the purchase decision of MS. Glow skincare products through purchase interest AS A mediation variable IN users of MS. Glow skincare products IN ternate. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(2), 240-258.
<https://doi.org/10.22515/jmif.v2i2.5244>. ISSN: 2797-9628
- Albari & Safitri, I. (2018) 'The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions', *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7 (2), pp. 328-337
- Ammah, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Testimoni Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1600-1609. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1600-1609>. ISSN: 2337-6708
- Andi, D.R. (2021). "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021". Diakses pada 5 Mei 2023. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Anggita, R. & Ali, H. (2017) 'The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)', *Scholars Bulletin*, 3 (6), pp. 261-272
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26-40.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press
- Arianto N. 2022. *Manajemen Pemasaran: Cipta Media Nusantara* Triandah, L., Pranitasari, D., & Rahmasari, T. E. (2017). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Soerabi Bandung Enhaii Cabang Rawamangun). *Media Studi Ekonomi*, 20(1).
- Arif Rohmadi. 2016. *Tips Produktif Ber-Sosial Media*, Jakarta; PT: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., Salim, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Jakarta, I., Kayu, J., Raya, J., 11a, N., & Timur, J. (2020). *Electronic Word Of*

- Mouth Dan Hedonic Shopping Mot. In *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 17, Issue 02).
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta
- Fauzi, R., & Sampurna, D. S. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat). *SI Manajemen*, 1-18.
- Foster, Bob dan Javadian K, 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS) ISSN (Online): 2378-7031 Volume 2, 2016*
- Ghozali, 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hanaysha, J. R. (2018) ‘An examination of the factors affecting consumer’s purchase decision in the Malaysian retail market’, *PSU Research Review*, 2 (1), pp. 7-23.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt. Grasindo.
- Iskandar, F. H., & Assa, A. F. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(8), 3584-3595.
- Kadarudin. (2020). Cerdas Bermedia Sosial Dari Kacamata Hukum Dr. Kadarudin. Semarang: Pilar Nusantara
- Kang Arul. (2017). Social Media Marketing Training.
- Kartini Y. 2020. Media Sosial dan Produktivitas kerja Generasi Milenial.
- Scarlett Whitening. (2023). “Tentang Scarlett”. Diakses pada 3 mei 2023. [Scarlettwhitening.com. https://scarlettwhitening.com/#](https://scarlettwhitening.com/#)
- Khatib, Dr. F. (2016) ‘The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region’, *International Journal of Business and Social Science*, 7 (4), pp. 41-50
- Kenneth dan Donald, 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*. Volume 9 Nomor 2 Mei 2020.
- Khairunnisa, S., Budiyanti, H., & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang di Kota Makassar). *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2.4 (2022): 110-126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>. E-ISSN: 2962-4797
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Marvianta, Y. A., & Saputra, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian Mobil Diecast. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 3356-3365.
- Nabilah, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Yume: Journal of Management*, 5(3), 728-736. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i3.3597>. ISSN: 2614-851
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98-104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>. ISSN: 2337-8743
- Rustandi, D. P. P., & Sastika, W. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Fashion Pull And Bear Di Bandung Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(6).
- Saleh, Y dan Said, Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*
- Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66(August 2017), 36–41.
- Silvia, B. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW (Studi Kasus Konsumen MS GLOW Di Kecamatan Ceper Klaten)* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma). <http://repository.unwidha.ac.id:880/id/eprint/2891>
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sutiyono. R., & Brata. H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. 1(6), 945–967
- Suwarsih, N., Gunawan, T., & Istiharini, I. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 712-730.
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25-38.
- Talopod, R. V., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 251-255.

- Tanjung, A. (2022). Analysis of scarlett product purchase decisions to consumers in Cikarang through product quality, prices and promotions. *Journal of Management Science (JMAS)*, 5(4). <https://doi.org/10.35335/jmas.v6i2>. ISSN: 2684-9747
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality And Satisfaction*. Andi. Yogyakarta
- Triannah, L., Pranasari, D., & Rahmasari, T. E. (2017). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Soerabi Bandung Enhaii Cabang Rawamangun). *Media Studi Ekonomi*, 20(1).
- Widyaningsih, S E. (2020). *Pengaruh pemasaran relasional, NILAI pelanggan DAN KUALITAS pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PADA toko "sumber rejeki" BUNGKAL ponorogo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472–481.