

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Femi . (2021) *Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Jabodetabek*. Jurnal Inovatif Mahasiswa managemen Vol. 1
- Atipin, Zaenal. (2021), *Marketing Management*, Jogjakarta: CV Budi Utama
- Aryad Widya. (2020), *Jurus Jitu Menguasai Copywriting Strategi Sukses Membangun Bisnis Dan Meningkatkan Pemasaran*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Audina, N., Azzahra, N. (2020). *Pengaruh Testimoni dan Kreasi Nilai Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Film Gundala (Sensus Pada Followers Gundala Official)*. Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi, 1(2), 67-76
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.





Irnanta Hesti, (2018). *Pengaruh Harga, Testimonial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Ketertarikan Konsumen Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Lumajang* . Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan Vol. 1

Iswanto, AF, & Sanaji, S. (2021). *Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (1), 380–391. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p380-391>

Janio (2023), Top Category Produk Ecommerce Teratas Di Indonesia
<https://janio.asia/articles/indonesia-s-top-e-commerce-product-categories/>

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e). Pearson Education Ltd.

Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsume Bandung Kunafe Cake*. e-Proceeding of Management, 5(2), 2355-9357.

Ningrum, M. S., & Tresnati, R. (2017). *Pengaruh Iklan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang)*. Prosiding Manajemen, 274–279.

Rizal, Achmad (2020), *Buku Ajar Managemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*, Jogjakarta: CV Budi Utama.

Rostianto, M. M. E.-M. &, Ramdan, A. M. &, Mulia, F. (2019). *Daya tarik Testimonial di sosial media dan citra merek terhadap keputusan pembelian*. Journal of Economic, Business and Accounting

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Scarlett (2021), Informasi Mengenai Scarlett Whitening

<https://scarlettwhitening.com/about-scarlett-whitening/>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Shopee (2023), Testimoni Mengenai Scarlett Whitening Di Shopee

<https://shopee.co.id/scarlettofficialshop>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tribunnews (2022), Cerita Kolaborasi Song Joong Ki dan Scarlett Whitening

<https://www.tribunnews.com/parapuan/2021/09/07/felicya-angelista-bocorkan-cerita-kolaborasisong-joong-ki-dan-scarlett-whitening>

Wardana, Wikrama. (2017), *Strategi Pemasaran*, Jogjakarta: CV Budi Utama.

Widoyarti, Joko R. & Donni J. Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan*

Komunikasi Kontemporer, Bandung: Pustaka Setia

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.