

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2.
- Agustiningrum, dian dan Anik Lestasri Andjarwati. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 9, Nomor 3
- Aini, Khurotul dan Penny Rahmawati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 15, Nomor 2.
- Andini, Natasya Putri., Suharyono., dan Sunarti 2014. Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 11 No. 1 Juni 2014.
- Amelia, dkk. (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>
- Anwar, R. N., & Wardani F.A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk scarlett di *E-Commerce* Shopee nusantara : *Jurnal ilmu pengetahuan sosial*, 8(6) 1370-1379
- Ardianti, A. N., & Widiartant, W. (2019). Pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* shopee. (studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal ilmu administrasi*, 8(2), 55-66
- Auliya, Z., F., Moh Rifki., dan Septi. (2017). *Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: New Era in Indonesia Online Marketing*. *Jurnal EBBANK* . Vol.8 , No.1 , Hal. 89-98
- Cahyaningtyas, Riska dan Tri Indra Wijaksana. (2021). Pengaruh *Review* Produk Dan Konten *Marketing* Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett *Whitening* By Felicya Angelista. *e-Proceeding of Management*. Vol.8, No.5. Page 6488

Compas. (2022). Brand Lokal Mendominasi! Ini Kaleidoskop Report 2021 Penjualan Kategori Perawatan Tubuh di Shopee dan Tokopedia. Kompas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/kaleidoskop-report-2021/> (diakses pada Mei 28 2022 jam 13.30)

Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan ke delapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hamdani, M. Y. (2018). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya*.

Hidayati, Nur laili. (2018). Pengaruh *Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol.06, No. 03. ISSN: 2337-6708

<https://scarlettwhitening.com/terms-and-conditions/> (diakses pada 27 November 2022 Jam 12.00)

Iprice. (2020). Shopee, *E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>.

Irwansyah, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada: Bandung.

Jayani, D. H. dan M. A. R. (2020). Shopee, *E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>

Joan,.Valerie (2022). Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. Kompas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

Kanitra, Althaf Revi and Andriani Kusumawati. (2018) "Pengaruh *Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphon*".

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). Kemenperin Optimistis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen> (diakses pada Mei 29 2022 jam 10.30)

Kotler, Philip dan Keller Lane Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kumpanan (2022). Profil Perusahaan Scarlett Whitening yang Dibangun Felicya Angelista. kumpanan.com. <https://compas.co.id/article/kaleidoskop-report-2021/> (diakses pada 27 Desember 2022 jam 13.30)

Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).

Nurhanah, dkk (2019). Pengaruh *Customer Trust* Dan *Customer Perceived* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi Pada Toko Rabbani Tasikmalaya). *Business Management And Entrepreneurship Journal*. Vol/ 1, No. 2

Putri, Y. G., Hidayati, N., & Rizal, M. (2022). Pengaruh *Customer Review*, *Customer Rating* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 11(2), 82–94.

Ramadhani, F. (2022). Brand Lokal Mendominasi! Ini Kaleidoskop Report 2021 Penjualan Kategori Perawatan Tubuh di Shopee dan Tokopedia. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/kaleidoskop-report-2021/>

Rarung, dkk. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Purchase Decision* FCoffee & Roastery Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 891–899.

Resika, dkk (2019). *Customer Perceived Value* Dan *Customer Trust*: Identifikasi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Go-Car. *Journal of Management And Business Review*. Vol. 16, No. 1,

Santoso, Daniel Setyo Adi dan Renny Dwijayanti. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesoris Handphone Di Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 10, No. 1. P-ISSN 2337-6078

Sekarsari, dkk. (2022). *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening. 7(3).

Senggetang, Vania., Silvy dan Silcyljoeva. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.7, No.1. Hal. 881 – 890

Situmorang, James R. (2010). Pemasaran *Viral-Viral Marketing*. *Jurnal Adminidtrasi Bisnis*. Vol.6, No.1: hal. 59-71

Suciati dan Moeliono. (2021). Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 165–167.  
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Syakira, S. N. and N. N. K. M. “. (2019). Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk *Freeman Feeling Beautiful Facial Masks* (studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim).

Syuhada, Putu S dan Arry Widodo.(2019). *Effectiveness Of Viral Marketing Using Electronic Word Ofmouth On Purchase Decisions On Shopee. e-Proceeding of Management*.Vol.6, No.2. Page 3955

Wardanhi, Sartika Sari. (2011). Strategi *Viral Marketing* Im3 Indosat Dalam Menarik Pelanggan Kawula Muda Di Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol.1, No.4

Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh *Online Consumer Review Dan Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Consumer Trust* Sebagai *Intervening* (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76-84.

Yanti. (2021). *Reveal Your Beauty'* Tagline Baru Scarlett Bersama Star Ambassador TWICE. Medcomm.Ic.  
<https://m.medcom.id/gaya/beauty/eN43YwyK-reveal-your-beauty-tagline-baru-scarlett-bersama-star-ambassador-twice>

Ziaullah, M., Feng, Y., & Akhter,S, N. (2014). *E-loyalty: The influence of product quality and delivery services on e-trust and e-satisfaction in china. Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 3(10).