

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani, dkk. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kenneth E. dan Donald (2018). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication. Edisi ke 7. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing Edisi 17 Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. (D. Luiz, Ed.) (17ed). United Kingdom: Pearson Education Limited. Retrieved from www.pearsonglobaleditions.com.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta:PT.Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2018). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Miguna Astuti, & Agni Rizkita Amanda, (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran.
- Roymon Panjaintan Manajemen Pemasaran (2018) Penerbit Yayasan Prima Agung Teknik, 1-122.
- Rizkita, A. M. A. A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran - Miguna Astuti , Agni Rizkita Amanda - Google Buku. In *Deepublish*.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Published Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Published Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Rifqi dan M. Zakky Wahyuddin Azizi. (2020). Buku Ajaran Manajemen Pemasaran. Ponorogo: Myria Publisher.

Supriatna, dkk. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Pasuruan: CV Qiara Media Partner

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta, CV Andi Offset.

Jurnal :

Arfiani, S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Teknologi Informasi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (studi kasus pada nasabah bank BRI Syariah KCP Ngawi). *Skripsi Perbankan Syariah*, 1–114.

Aruf Yusuf Alghifari, & Tri Septin Muji Rahayu. (2021) Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Muhammadiyah Purwokerto) *Jurnal Manajemen*.

Ashur, M. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosial terhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).

Debra, J., Owen, M., Irwanto, J., Herbert, A., & Rhenata, N. (2022). *Instagram Sebagai Strategi Pengembangan Brand Scarlett Whitening*. 12(1).

Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 175–179.

Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.

Filus Fredik, T., & Indra Dewi, S. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Jisip*, 7(2), 84. www.publikasi.unitri.ac.id

Gunawan, G. L. C. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175.

Hamprey, David (2017) Pengaruh Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Kopi Purnama Bandung *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.

Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4). (n.d.). Pengaruh Diskon Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shoppe: Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah

Purworkorto / *Alghifari* / *Derivatif: Jurnal Manajemen*.

- Lukito, W. A., & Fahmi, A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga *Ortuseight* Pada Masyarakat Tanjung Morawa. www.websindo.com,
- Made, M. G., Rodhiyah, R., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka | Made | Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 462–473.
- Puspa Sari, F., & Hawignyo. (2021). the Effect of Trust and Risk Perception on Tokopedia Online Shop Purchase Decision. *Business and Accounting*, 4(2), 756.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. R Panjaitan. (n.d.). *View of Manajemen Pemasaran*.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145.
- Usvita, M. (2016). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Akan Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5, 47–53.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Wulan Dary, R., Scholar Pengaruh Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan paylater.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11.

Skripsi :

- Nia Aprilia (2022) PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SCARKETT *BODY LOTION* (Studi Kasus Pelanggan Produk Scarlett Pada *Famele Daily*)
- Azmi Fadillah Ardian (2022) PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pelanggan Grabfood di Bekasi Timur)

- Fiska Ananda Wardani (2021) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI *E-COMMERCE* SHOPEE (Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett di *e-commerce* Shopee)
- Maya Puji Handayani (2022) EFEKTIVITAS KOMUNIKASI IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA APLIKASI KESEHATAN ONLINE HALODOC, ALODOKTER DAN KLIKDOKTER (Studi Kasus di Universitas Darma Persada)

Website :

1. Diakses pada 13 Agustus 2021
https://www.instagram.com/scarlett_whitening/?hl=en
2. Diakses pada 13 Agustus 2022
<https://www.instagram.com/23cosmeticsmdn/>
3. Diakses Pada 05 Februari 2022
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
4. Diakses Pada 05 Februari 2022
<https://compas.co.id/>
5. Diakses Pada 09 Agustus 2023
<https://scarlettwhitening.com/>
6. Diakses Pada 12 Oktober 2023
<https://ingredio.id/>