

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- As'ad, H. A.R dan A.Y. Alhadid. 2014. The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research* 3(1):1-14.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Berman, B dan J.R. Evans. 2010. *Retail Management*. 12th Edition. Pearson. Jakarta.
- Fatila, A. N., E. Farida dan R. Millaningtyas. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *E-Jurnal Riset Manajemen* 11(2)
- Febriana, M dan E. Yulianto. 2018. Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* 58(1):1-10.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M.A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media. Jawa Timur.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Greenwood, L. G. 2013. *Fashion Marketing Communication*. E-Book. Somerset. New Jearsey USA.
- Hardioko, J dan C. V. Karisma. 2021. Pengaruh Media Sosial, Brand Infuencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19. *JRMB* 16(2):97-110.
- Hasan, A. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Ichsan, M., H.M. Jumbur dan S. Dharmoputra. 2018. Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace

- Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *eProceedings of Management* 5(2):1828-1835.
- Kotler dan G. Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition. Pearson. England.
- \_\_\_\_\_ dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall. England.
- Mardiana, N.R. 2020. Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *Skripsi*. Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Nasution, A.U. 2021. Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Tokopedia. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Nuada, I. N., O. A. Suharti, dan M. Faezal. 2021. Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Desain Website Dan Online Review Terhadap Minat Beli Online Di Marketplace Lazada. *Media Bina Ilmiah*, 16(1) 5961–5968.
- Priansa, D.J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia. Bandung.
- Putri, L dan H. Wandebori. 2016. Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 255-263.
- Rangkuti, F. 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rasyid, F. 2016. Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya. <https://fikirasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>
- Royan, F.M. 2004. *Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Alex Media. Jakarta.
- Sanjaya, A.S. 2020. Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5(4):272-278.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tsitsi, E. 2013. The Adoption of Social Media Marketing in South Africans Banks. *European Business Review* 25(4):366.