

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Z., & Martini, E. 2018. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah. Bandung. Image: *Jurnal Riset Manajemen*, 7(2), 76-83.
- Amalia, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6(1): 660–669.
- Aningrum, L.W., dan A. Nur. 2024. Pengaruh Digital Marketing, Product Quality Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada Produk Pakaian Uniqlo. *Jurnal ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4),5416-5432.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Asia, N. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1): 76-90.
- Chaffey, D., dan P. Smith. (2017). *Digital marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Edisi kelima. Routledge Taylor and Francis Group. New York.
- Corlita, Inka. 2024. Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Dewi, L.K.C., S. Widagdo, L.K.B. Martini, dan I.B.R. Suardana. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekoomi dan Keuangan* 6(2) : 243-270.
- Diansyah, dan A. L. Nurmalasari. 2017. Pengaruh Pemasaran Internet dan Electronic word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Denga Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies* 2(1): 84- 98.
- Drajad Veda Mustika. (2024). ‘ “Reveal Your Beauty”, Rahasia Sukses Scarlett Raih Top Brand Award 2024’. <https://marketing.co.id/jadi-body-serum-favorit-indonesia-intip-rahasia-sukses-scarlett-whitening/>

- Durianto, D., Sugiarto., dan T. Sitinjak. 2017. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitrianna, H., dan Aurinawati, Derista. 2020. Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 03(03): 409-418.
- Gabriella, T. P., L.. Ellitan, dan M. M. Kristanti. 2022. Pengaruh Social Media Marketing, dan EWOM Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 11(1): 1-10.
- Garg, M., Bansal, A., & Singla, K. 2019. Impact of Digital Marketing on Consumer Purchase Decision. *International Journal of Innovative Technology and Exploring* 9(2S2): 453-455. <https://doi.org/10.35940/ijitee.b1214.1292s219>
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*. Edisi Ketujuh. Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8) (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawardane, N.R. 2015. Impact of Brand Equity Towards Purchasing Desition: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka. *Journal of Marketing Management* 3(2): 100-117.
- Hair, J. F., Hult, G.T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Husnawati. 2017. Pengaruh *Brand Awareness* dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Joan Valerie. (2022). 'Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit'. <https://Compas.Co.Id/Article/Penjualan-Produk-Kecantikan/>.
- Keller, K.L. 2008. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing* 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.> Strategy Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Third Edition New Jersey. Pearson Education.

- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Principles of Marketing*. In Principles of Marketing.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, D. I. D., dan R. Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 5(1): 15-24
- Martin, B., dan E. Stephens. 2019. *Strategic Brand Management*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. ED- Tech Press. London.
- Millenium, A, S., Suardana, I, W., & Negara, I, M, K. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Renal Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* 9(1): 173-177.
- Rachmawati, S. D., dan A. L. Andjarwati. 2020. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 7(1): 25- 29.
- Rahmadini, I. 2023. Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Pada Layanan Streaming Digital Netflix. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 12(1):1-18.
- Ramadhan, T. S. 2022. *Digital marketing di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Razak, M. I., Hapsawati, T., dan Idris, Y. N. 2024. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Awareness pada McDonald's Gorontalo. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 1(6): 291-304.
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sari, D. K., A. Pebrianggara, dan M. Oetarjo. 2021. *Buku Ajar Digital Marketing*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. UMSIDA Press Redaksi. Sidoarjo.
- Sopiyan, Pipih. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(2): 249-258.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian CV Alfabeta*. Bandung.

- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&B*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wati, A. P., J. A. Martha, dan A. Indrawati. 2022. *Digital marketing*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Edulitera. Malang.
- Yusera, D.A. 2022. Perencanaan Media Strategis Scarlett Whitening. [https://issuu.com/deviyusera/docs/creative\\_brief](https://issuu.com/deviyusera/docs/creative_brief). 24 Januari 2025 (16.04).

