

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, L. (2020). Pengaruh Promosi dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sportways.com). *Jurnal Universitas Pertamina*.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Psikoborneo*, 6(2), 410–419.
- Aliefatikha, S., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2022). Pengaruh E-Wom Beauty Blogger Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 514-523.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Antonia, W., & Lutfie, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Electronic Word of Mouth Melalui Media Beauty Vlog Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik La Tulipe Cosmetics Pada Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Apriani, S., & Rahmanto, B. T. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Kantor Akuntan Publik (Kap) Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Pertambangan Periode 2010–2014. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2, 261-270.
- Ardhianti, M. P., Hermawan, M., & Suryawan, R. F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman JNE Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Transportasi, Logisti, Dan Aviasi*, 1(2), 157–163.
- Arista, K. C., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4).
- Astana, I. G. M. O. (2021). NStrategies to Create Competitive Advantage Through Promotions at Samana Resto Villa and Catering. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2).
- Aulia, L., & Wicaksono, T. (2023). Peran Brand Ambassador Twice Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 387-400.

- Basri, H., Catur, & Wahyu. (2016). Effect Of Word Of Mouth Communication On Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 324–331.
- Basuki, A. T. (2017). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Chaterina, I. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'chick. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 1–10.
- Damghanian, H., Zarei, A., & Kojuri, M. A. S. (2016). Impact of Perceived Security on Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran. *Journal of Internet Commerce*, 15, 214–238.
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Gaya hidup Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 287-299.
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Gaya hidup Pengunjung Museum Kartini Jepara. *Management Analysis Journal*, 110–117.
- Dyasti, I. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Merek Scarlett Whitening di Kabupaten Kebumen (*Doctoral dissertation*, Universitas Putra Bangsa).
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 86–95.
- Firmansyah, N., & Ali, H. (2019). *Consumer Trust Model: The Impact of Satisfaction and E-Service Quality toward Repurchase Intention in E-Commerce*. 552–559.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini, P. (2020, November). Analisis pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada tiket.com. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 470-485).

- Hasna, H. (2023) Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) (*Bachelor's thesis*, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hermawan, H. (2017). Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online. *Wacana*, 16(1), 136–147.
- Hurriyati. (2017). *Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Gaya hidup Pelanggan Pada PT Prudential Life Assurance Pontianak*.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (e-WOM) in Marketing Context*. Spriger.
- Istino, Deni., & Kurniasih, Nining (2023) Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Lifestyle Terhadap Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Marketplace Shopee Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan , 4(3), 79-88
- Jayanti, D. D., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 686-703
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., & Han, H. (2020). Impacts Of Halal-Friendly Services, Facilities, And Food Andbeverages On Muslim Travelers'perceptions Of Service Quality Attributes, Perceived Price, Satisfaction, Trust, And Loyalty. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(7), 787–811.
- Kementerian Perindustrian. [Internet]. Perkembangan Industri Kosmetik Nasional. Tersedia dalam: <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional>. [accessed 28 November 2023]
- Kompas. (Internet). Body Lotion Terlaris Di E Commerce. Tersedia dalam : <https://kompas.co.id/article/body-lotion-scarlett/>
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th red).
- Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Marketing Manajement*. Pearson UK.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Menajemen Pemasaran* (6th ed.).

Penerbit Andi.

- Kristiawati, I., & GS, A. D. (2019). Citra Merek Presepsi Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Msrket Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 06(02), 27–36.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan : Analisis Kualitas Produk Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2, 604–630.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8(1).
- Larasetiati, M., & Ali, H. (2019). Model of Consumer Trust: Analysis of Perceived Usefulness and toward Repurchase Intention in Online Travel Agent. *Journal of Economics and Finance*, 3(8), 350–357.
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Mahendrayasa, Andhanu, & Catur. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 1–7.
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *Ejournal Universitas Negeri Padang*, 3(3), 400–409.
- MM, D. I., & Kurniasih, N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mout Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Marketplace Shopee: Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(03), 77-88.
- Mosunmola, A., Adegbuyi, O., Kehinde, O., Agboola, M., & Olokundun, M. (2019). Percieved value dimensions on online shopping intention: the role of trust and culture. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1).

- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2, 50–57.
- Ningsih, A. S., Nurhajati, & Wahono, B. (2023). Pengaruh Merek, Gaya Hidup, Word Of Mouth Terhadap keputusan Pembelian Lip Cream Matte Implora Ditoko Ivanna Kosmetik Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 503–508.
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap gaya hidup pelanggan. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1-5.
- Paludi, S. (2019). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Citra Destinasi, Gaya hidup Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (Pbb) Setu Babakan Jakarta Selatan*. Institut Bina Nusantara.
- Paputungan, T., Tamengkel, L., & Punuindong, A. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Gaya hidup Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181–186.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Pianda, D. (2018). *Menentukan Kombinasi Produk yang Optimal dengan Metode Linier Programming*. Jejak Publisher.
- Pradita, R. A., & Suryono, B. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2).
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Onfluencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Se'i Sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahardika, P. S., & Hadi, M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Body Lotion Pada Mahasiswa di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 121–124.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizayanti, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Gaya hidup Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).

- Rosnaini, D. (2019). *Citra, Kualitas Produk, dan Gaya hidup Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Sayidah, A. N., Hartono & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Brand Image Product, Variety, Perceived Service Quality, Vanity Seeking, Dan Costumer Value Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Produk Skincare (Studi pada JM Beauty Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3093-3106.
- Scarlett Whitening [Internet]. *Reveal Your Beauty*. Tersedia dalam: <https://scarlettwhitening.com>. [Accessed 28 November 2023]
- Sekarini, D. M., & Sukresna, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–13.
- Sheth, J. N., & Mittal, B. (2019). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc.
- Sheth, William, & Miller. (2020). *Pengaruh Produk Wisata Dan Destination Image Terhadap Niat Berperilaku Melalui Costumer Value (Studi pada Pengunjung Domestik Candi Ratu Boko Jogjakarta)*. 9(10), 554–560.
- Siska, F. (2023). *Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlet Whitening Body Lotion. ) (Bachelor's thesis*, Lampung: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung).
- Siswanti, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380-388.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Journal STIMYKPN*, 1–6.
- Sweeney, J. C. (2015). Consumer Perceived Value : The Development of A Multiple Item Scale. *Jurnal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Tana, S. O., & Bessie, J. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Management*, 13(3), 255–270.
- Tarigan, E. L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Celebrity Endoser, Dan Citra Merk

Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Scarlet Whitening) (*Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*).

Timpaulu, R. J., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori A House Kawangkoan. *Productivity*, 4(2), 164–178.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.

Triadi, S., Rahayu, Y., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 257–263.

Wardani, I. K., Susanti, Y., & Subanti, S. (2021). Pemodelan Indeks Kedalaman Kemiskinan di Indonesia menggunakan Analisis Regresi Robust. *Prosiding Snast*, 15-23.

Wicaksono, M. P. A., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5098–5127.

Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Technology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138-145.

Yani, T. E., & Kuswardani, D. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Dan Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 192–200.

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55-69.