

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cangara, H. H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit.
- Joseph F. Hair, Arthur H. Money, P. S. (2007). *Research Methods for Business*. In *Research Methods for Bussiness*.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Penerbit Cakra Ilmu.
- Pamungkas, I. N. A. (2018). *Integrated Marketing Communication 4.0*. Megatama.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Silalahi, D. U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama.
- Silalahi, D. U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Silalahi, D. U. (2019). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Siregar, S. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Sudaryono, D. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2002). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Bisnis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Unarajdan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

### **Artikel**

- Agustin, M. (2020). *Ini 5 Jenis Produk Kecantikan Paling Banyak Dicari di Masa Pandemi Covid-19*. Beauty Journal Sociolla.  
<https://journal.sociolla.com/beauty/produk-kecantikan-paling-banyak-dicari-di-pandemi-covid-19>
- Andriani, D. (2020). *Teknologi Berbasis Cloud Ini Pacu Bisnis Kecantikan di Masa Pandemi*. Bisnis.Com.  
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20201203/220/1325942/teknologi-berbasis-cloud-ini-pacu-bisnis-kecantikan-di-masa-pandemi>
- Ariyanti, H. (2020). *Tepat Setahun, Virus Corona Pertama Kali Menginfeksi Manusia pada 17 November 2019*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/dunia/tepat-setahun-virus-corona-pertama-kali-menginfeksi-manusia-pada-17-november-2019.html?page=2>
- Arsyid, H. (2020). *Ada Diskon 90% Produk Skincare & Make Up di Sociolla*. GenPi.  
<https://www.genpi.co/bisnis/73526/ada-diskon-90-produk-skincare-makeup-di-sociolla?page=3>
- BBC. (2020). *Covid-19: Kajian kasus di Wuhan muncul sejak akhir Agustus, China sebut hasil itu “sebagai hal yang konyol.”* BBC News Indonesia.  
<https://www.bbc.com/indonesia/dunia-52977852>
- CNN. (2020). *Pekerja Dirumahkan dan Kena PHK Akibat Corona Capai 3,05 Juta*.

CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200720114203-92-526610/pekerja-dirumahkan-dan-kena-phk-akibat-corona-capai-305-juta>

Djumena, E. (2020). *Dampak Pandemi COVID-19, Pemerintah Akui Daya Beli Masyarakat Melemah*. Kompas.

<https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah>

EditbySociolla. (2021). *AHC Natural Essential Mask Set - Edit by Sociolla*.

[https://www.google.com/search?q=jaminan+100%25+original+produk+sociolla&saf=strict&hl=en&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKewj767fX4IrwAhWKaCsKHSfLCdUQ\\_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=657#imgrc=qVjmlWjsQ6pIPM](https://www.google.com/search?q=jaminan+100%25+original+produk+sociolla&saf=strict&hl=en&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKewj767fX4IrwAhWKaCsKHSfLCdUQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=657#imgrc=qVjmlWjsQ6pIPM)

Endrawati, O. (n.d.). *Gila Pandemi Bikin Orang Suka Dandan, Buktinya Penjualan*

*Produk Kosmetik Online Melonjak*. Sindonews.Com. Retrieved April 19, 2021, from <https://ekbis.sindonews.com/read/243320/34/gila-pandemi-bikin-orang-suka-dandan-buktinya-penjualan-produk-kosmetik-online-melonjak-1606183866>

Fadhli, D. R. (2020). *Coronavirus*. <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>

Fadli, dr. R. (2020). *Timeline Virus Corona, Dari Desember 2019 Hingga Kini*.

Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/timeline-virus-corona-dari-desember-2019-hingga-kini>

Feet, F. to. (2020). *Siap-Siap Serbu Berbagai Diskon & Promo Menarik Pada Sociolla*

*10.10 Wonder Sale & Sociolla Beauty Wonderland! Kurio App*.

<https://kurio.id/app/articles/5f7ed53a2ed4c1a7f7ffcb49>

Hartono, T. (2020). *Promo Harbolnas 2020: Apa Saja yang Perlu Kamu Tahu? Dewa*

Web. <https://www.dewaweb.com/blog/harbolnas-apa-saja-yang-perlu-kamu-tahu/>

IPrice. (2019). *Studi: Belanja Orang Indonesia Meningkatkan saat Harbolnas 2019 vs 2018*. IPrice.

IPrice. (2020). *The Map of E-commerce in Indonesia*. IPrice.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

- Jabar, B. T. (2021). *Meski Pandemi, Produk Kosmetik Masih Menjadi Produk yang Banyak Diminati*. Tribun Jabar. <https://jabar.tribunnews.com/2021/03/15/meski-pandemi-produk-kosmetik-masih-menjadi-produk-yang-banyak-diminati>
- Jakpat. (2020). *Beauty Trend 2020 – JAKPAT Survey Report*. Blog Jakpat. <https://blog.jakpat.net/beauty-trend-2020-jakpat-survey-report/>
- Maulana, Yosa; Handayani, S. N. (2019). *Sociolla, Ekosistem Kecantikan dalam Satu Platform*. [https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/sociolla-ekosistem-kecantikan-dalam-satu-platform#:~:text=Dirilis Maret 2015%2C Sociolla adalah,spesifik hanya untuk produk kecantikan.&text=Sebagai pemain e-commerce yang,langkah Sociolla tidak langsung](https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/sociolla-ekosistem-kecantikan-dalam-satu-platform#:~:text=Dirilis%20Maret%202015%2C%20Sociolla%20adalah,spesifik%20hanya%20untuk%20produk%20kecantikan.&text=Sebagai%20pemain%20e-commerce%20yang%20langkah%20Sociolla%20tidak%20langsun)
- Media, H. (2018). *10 Produk Kecantikan Wajah Beserta Fungsinya yang Wajib Diketahui Cewek*. Highlight Is. <https://highlight.id/jenis-macam-produk-merek-kecantikan-perawatan-wajah-kulit-muka-fungsinya-manfaat-kegunaan/>
- Monika, M. (2018). *SOCIOLLA Meraih Pendanaan Baru USD 12 Juta dari EV Growth, istyle dan Satu Investor dari Singapura*. Beauty Journal Sociolla. <https://journal.sociolla.com/beauty/sociolla-meraih-pendanaan-baru-usd-12-juta-dari-ev-growth-istyle-dan-satu-investor-dari-singapura/>
- Nathania, R. (2020). *Sales Promotion: Definisi, Tujuan, dan Contohnya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/sales-promotion-definisi-tujuan-dan-contohnya/#.YAWyYegzBIU>
- Nofalia, I. (2019). *Bingung Dengan E-Commerce Kecantikan? Nih Ada Sociolla*. Finansialku. <https://www.finansialku.com/sociolla/>
- Ochi, E. (2018). *5 Faktor yang Paling Sering Memengaruhi Para Pembeli Saat Belanja Produk Kecantikan*. Beauty Journal Sociolla. <https://journal.sociolla.com/beauty/faktor-yang-memengaruhi-pembeli-saat-belanja-produk-kecantikan/>

- Priharto, S. (2020). *Pengertian Inflasi, Penyebab, Dampak, Penghitungannya, dan Cara Mengatasinya*. Accurate. <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/pengertian-inflasi/>
- Rahma, E. (2020). *Masuki Semester II, Sociolla Siap Perkuat Bisnis*. Marketers. <https://www.marketeers.com/masuki-semester-ii-sociolla-siap-perkuat-bisnis/>
- Ramadhani, P. I. (2020). *Harbolnas 12.12, Cek Promo dan Diskon di Setiap e-Commerce*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/uang/harbolnas-1212-cek-promo-dan-diskon-di-setiap-e-commerce.html?page=4>
- RI, K. (2021). *Analisis Data COVID-19*. <https://www.covid19.go.id/>
- Shintaries. (n.d.). *5 Alasan Belanja Kosmetik di Sociolla*. Shintaries. Retrieved May 22, 2021, from <https://shintaries.com/5-alasan-belanja-kosmetik-di-sociolla/>
- Sociolla. (2020a). *36 Favorite Brand Deals*. <https://www.instagram.com/p/CIIsd-tYrpqa/>
- Sociolla. (2020b). *About Us*. Sociolla. <https://www.sociolla.com/content/4-about-us>
- Sociolla. (2020c). *Exclusive Deals Make Over*. <https://www.instagram.com/p/CIkA59er9kH/>
- Sociolla. (2020d). *Get Surprise Voucher*. [https://www.instagram.com/p/CIrpG8brmD\\_/](https://www.instagram.com/p/CIrpG8brmD_/)
- Sociolla. (2020e). *Sociolla Beauty Wonderland*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CFy1UV8HGMv/?hl=en>
- Utomo, A. P. (2020). *WHO Umumkan Corona COVID-19 sebagai Pandemi Global*. Kompas. <https://www.kompas.com/global/read/2020/03/12/001124570/who-umumkan-virus-corona-sebagai-pandemi-global?page=all>
- Widia, S. (2019). *Chrisanti Indiana : Bangun Bisnis Kecantikan Berbasis Teknologi*. Youngster. <https://youngster.id/headline/chrisanti-indiana-bangun-bisnis-kecantikan-berbasis-teknologi/>
- Wijayanti, N. N. (2020). *Harbolnas: Momen Bisnismu Menutup 2020 dengan Mengesankan!* Niagahoster. <https://www.niagahoster.co.id/blog/harbolnas-2020/>

## Journal

- Erika. (2020). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Pengaruh “Bundling Voucher Subscription” Melalui Aplikasi Grab pada Generasi Milenial Kota Jakarta)* [Universitas Multimedia Nusantara].  
<https://kc.umn.ac.id/13836/>
- Fajrin, M. A. (2019). *Pengaruh Sales Promotion Melalui Sistem Pembayaran “Seikhlasnya” Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kebun Kancil.* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/171178/>
- Giffari, A. (2020). *Pengaruh Program Sales Promotion Flash Sale Oleh Tokopedia Terhadap Respon Konsumen* [Telkom University].  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/163765/slug/pengaruh-program-sales-promotion-flash-sale-oleh-tokopedia-terhadap-respon-konsumen.html>
- Hanifah, R. D. (2017). Pengaruh Sales Promotion Tumbler Day terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Starbucks Coffee JIExpo Kemayoran. *Journal Hospitality Dan Pariwisata, Vol.3 (No.(2442–5222), 326–327.*  
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/1338>
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Journal Metodologi Penelitian.*
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen UNMUL.*  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7426/pdf>
- Kurniasih, R. A. (2018). *Pengaruh sales promotion media instagram Wardah Beauty House Surabaya terhadap keputusan pembelian konsumen* [UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/23076/>
- Wicaksono, R. B. (2015). *Pengaruh Sales Promotion Girl Smartphone Samsung*

*Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung Indonesia pada tahun 2015)* [Telkom University].

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/104539/slug/pengaruh-sales-promotion-girl-smartphone-samsung-terhadap-keputusan-pembelian-studi-pada-konsumen-smartphone-samsung-indonesia-pada-tahun-2015-.html>

Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DI BLIBLI.COM). *Journal Bisnis Dan Pemasaran*, Vol. 10 No(2087–3077), 3–4.  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/718/524>