

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin Kalbuadi, A. M. (2022). Peran Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness dan Brand Commitment (Studi Pada Universitas Teknologi Mataram di Kota Mataram. *Solid*, 13.
- Annur, C. M. (2022, Maret 23). *databoks.katadata*. Diambil kembali dari Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)
- Artha S. Ananda, Á. H.-G. (2017). *Fashion Brands, Social Media, and Consumers' Exposure to Marketing Messages*. Madrid: ResearchGate.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty; . *Business & Management Studies: An International Journal* , 12.
- Blade, S. (2023, January 6). *Social Blade Instagram*. Diambil kembali dari [socialblade.com](https://socialblade.com): <https://socialblade.com/instagram/user/scarlett%20whitening>
- Cristoph Burmann, N. M. (2017). *Identity Based Brand Management*. Bremen: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH .
- Donald R. Lichtenstein, N. M.-t. (1993). *Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study*. American Marketing Association.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Elyadi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing On Brand Awerness through Facebook: An Individual Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Acces Library Journal*, 12.
- Endit, N. P. (2022, Agustus 1). *Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan*. Diambil kembali dari UKMIndonesia: [ukmindonesia.id](http://ukmindonesia.id)
- Farida Yulianti, L. P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.
- Hair Jr., J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Hair, Jr., J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ira Tutia, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* , 18.
- Ismail, A. R. (2017). ; The Influence of Perceived Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty: The Mediation Effect of Brand and Value Consciousness. *Asia Pasific Journal Of Marketing and Logistics*, 13.

- Ismail, A. R. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty (The mediation effect of brand and value consciousness). *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 29 No. 1, Emerald Publishing Limited*, 16.
- Jayani, D. H. (2021, Oktober 27). *Databoks.katadata*. Diambil kembali dari Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi: databoks.katadata.co.id
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Prices Pada Pembelian Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 10.
- Muhammad Santoso, A. J. (2022, September 21). *Pakar Komunikasi*. Diambil kembali dari Perkembangan Media Sosial di Indonesia: pakarkomunikasi.com
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Phillip Kotler, K. L. (2021). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Prabandari, A. I. (2021, Februari 28). *Merdeka*. Diambil kembali dari Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya: merdeka.com
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer. *International Journal of Data and Network Science* , 6.
- Qazi Mohammed Ahmed, A. Q. (2019). Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Consciousness. *Journal of Managerial Sciences*, 8.
- Qazi Mohammed Ahmed, M. M. (2018). The Role of Social Media Marketing and Brand Consciousness in Building Brand Loyalty. *GHMJACS*, 7.
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 12.
- Satriana, R., Rachmawati, I., & Alfanur, F. (2014). Factor Analysis Of Online Clothes Fashion Purchase On Social Media Instagram. *Journal of Corporate Governance, Insurance, and Risk Management (JCGIRM)*, 10.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business (7th ed.)*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Soehandoko, J. G. (2022, April 27). *Bisnis.com*. Diambil kembali dari Profil Bisnis Scarlett Whitening, yang Didirikan Artis Felicya Angelista: bisnis.com
- Soetirto. (2017). Pengaruh Product Involvement Terhadap Brand Loyalty Grocery Pada Supermarket Di Surabaya Melalui Price Perceptions. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.6 No.2* , 25.

- Sri Yunan Budiarsi, M. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada J&T Express Di Surabaya. *Majalah Ekonomi Telaah Akuntansi dan Bisnis*, 10.
- Stanly Hidajat, K. (2019). Prediksi Social Media Marketing dan Brand Uniqueness Terhadap Brand Loyalty: Brand Consciousness sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 8.
- Sumardi, G. A. (2021). Peran Elemen Social Media Marketing, Consumer Brand Engagement Sebagai Stimulus Terhadap Brand Loyalty;. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 9.
- Tongkotow Liedfray, F. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *ejournal Unsrat*, 9.
- Wahyu, M. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 7.
- Whitening, S. (2022, September 21). *Instagram Scarlett Whitening*. Diambil kembali dari @scarlett\_whitening: [https://www.instagram.com/scarlett\\_whitening/?hl=id](https://www.instagram.com/scarlett_whitening/?hl=id)
- Whitening, S. (2022, September 21). *Scarlett Whitening Official*. Diambil kembali dari @scarlett\_whitening: [https://www.tiktok.com/@scarlett\\_whitening](https://www.tiktok.com/@scarlett_whitening)
- Whitening, S. (2022, Agustus 6). *scarlettwhitening*. Diambil kembali dari Reveal Your Beauty: <https://scarlettwhitening.com/>
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). Impact of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>