

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective 11th Edition*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Creswell, J. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuhn, T. S. (2012). *The Structure of Scientific Revolution: Peran Paradigma dalam Revolusi Sains, terj. Tjun Surjaman*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-Commerce*. Harlow: Pearson.
- Nugrahani, D. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Farida Nugrahani.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siregar, I. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenamedia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective 8th Edition*. Springer.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

JURNAL

- Cahyono, B. (2017). Pengaruh Produk, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Kaos Futsal Isol Sport. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*.
- Dianari, R. G. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Bina Ekonomi*.
- Dinata, S. A. (2021). Analisis Purchase Intention Pada E-Commerce (Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.

- Flora, V. D. (2018). Kampanye Art In A Cup Terhadap Tindakan Beli Produk Starbucks di Gerai Centre Point Medan. *Repository Universitas Sumatera Utara*.
- Go, S. (2020). Pengaruh Digital Campaign Tokopedia #MulaiAjaDulu Terhadap Minat Beli Konsumen. *Knowledge Center Universitas Multimedia Nusantara*.
- Hattu, N. F. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Kredibilitas Beauty Influencer Indonesia Dalam Endorsment Produk Lokal Kecantikan. *Repository Universitas Airlangga*.
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign #SamyangChallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*.
- Rahmalia, N. (2021). Perancangan Platform Digital Berbasis Aplikasi Perawatan Wajah Dengan Metode House of Quality. *Repository Institut Pertanian Bogor*.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 73-74.
- Semuel, H., & Nyoto, S. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Purchase Intention Pada Produk Kecantikan Make Over Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Publication Petra*.
- Simanjuntak, C. T., & Tamburian, H. (2020). Pengaruh Kampanye Go-Pay Day Food and Beverage Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna (Survei Pada Karyawan P.T Pionir Maxima Mutu Indonesia). *Prologia*.
- Wulandari, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi Pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Repository Universitas Brawijaya*.

BERITA ONLINE

- Alaydrus, H. (2021, April 15). *Didukung Pemerintah, Hari Belanja Brand Lokal Bakal Digelar 5 Mei 2021*. Retrieved from *Bisnis.com*: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210415/12/1381731/didukung-pemerintah-hari-belanja-brand-lokal-bakal-digelar-5-mei-2021>
- Alifah, H. (2020, Oktober 11). *Daftar Brand Skincare Lokal Berkualitas yang Paling Banyak Digemari*. Retrieved from *Beautynesia*: <https://www.beautynesia.id/beauty/daftar-brand-skincare-lokal-berkualitas-yang-paling-banyak-digemari/b-166513>
- Azis, N. A. (2021, November 15). *Hadirnya e-Commerce pada Industri Kecantikan*. Retrieved from *Suitmedia*: <https://suitmedia.com/ideas/hadirnya-e-commerce-pada-industri-kecantikan>
- Bachdar, S. (2017, Mei 24). *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*. Retrieved from *Marketeters*: <https://www.marketeters.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>
- Databoks. (2018, Februari 7). *Produk Fesyen dan Kecantikan Paling Diminati di Belanja Online*. Retrieved from *Databoks*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produks-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>
- Gadis. (2022, Januari 22). *8 Tahun Menjadi Pelopor Produk Kecantikan Indonesia, Ini Deretan Produk Best Seller ElsheSkin*. Retrieved from *Gadis*: <https://www.gadis.co.id/skincare/106141/8-tahun-menjadi-pelopor-produk-kecantikan-indonesia-ini-deretan-produk-best-?p=1>
- KompasTV. (2021, Agustus 16). *Dorong Produk Lokal dalam Kompetisi Global, Jokowi: Akses Pasar Harus Diperluas*. Retrieved from *KompasTV*:

<https://www.kompas.tv/article/202049/dorong-produk-lokal-dalam-kompetisi-global-jokowi-akses-pasar-harus-diperluas>

- Maulana, Y. (2019, November 24). *Sociolla, Ekosistem Kecantikan dalam Satu Platform*. Retrieved from Swa: <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/sociolla-ekosistem-kecantikan-dalam-satu-platform>
- Media Indonesia. (2019, Oktober 5). *Indonesia, Pasar Potensial untuk Produk Perawatan Kulit*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit>
- Perwitasari, N. H. (2021, Oktober 29). *Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit Baca selengkapnya di artikel "Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit"*, <https://tirto.id/eimA>. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/mengenal-arti-skincare-dan-tahapan-merawat-kulit-eimA>
- Rasti. (2021, Agustus 10). *Sociolla Luncurkan Kampanye Love Local untuk Dukung Produk Lokal*. Retrieved from Mnews: <https://mnews.co.id/read/fokus/sociolla-luncurkan-kampanye-love-local-untuk-dukung-produk-lokal/>
- Rizal, A. (2021, Desember 5). *Sambut Akhir Tahun, Ini Empat Tips BelanjaCantik ala Sociolla*. Retrieved from Infokomputer: <https://infokomputer.grid.id/read/123027848/sambut-akhir-tahun-ini-empat-tips-belanjacantik-ala-sociolla?page=all>
- Sociolla. (2021). Retrieved from Sociolla: <https://www.sociolla.com/>
- Syarizka, D., & Dewi, F. S. (2019, Agustus 21). *CEO Sociolla John Rasjid : "Di Kecantikan, Kami Ahlinya di Bidang Digital"*. Retrieved from Teknologi: <https://teknologi.bisnis.com/read/20190821/266/1139345/ceo-sociolla-john-rasjid-di-kecantikan-kami-ahlinya-di-bidang-digital>
- theAsianparent. (2022). *Rekomendasi 10 Brand Skincare Lokal Terbaik Khusus Para Bunda*. Retrieved from theAsianparent: <https://id.theasianparent.com/skincare-lokal-terbaik>
- ussfeed. (2021). *10 Digital Content Creator Terbaik 2021 Versi Forbes Indonesia, Berikut Nama-Namanya!* Retrieved from ussfeed: <https://www.ussfeed.com/10-digital-content-creator-terbaik-2021-versi-forbes-indonesia-berikut-nama-namanya/>
- ZAP Beauty Index 2020. (2020). Retrieved from ZAP Clinic: <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>