

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., & Mubarak, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore Stie Inaba Bandung). *Jurnal-Inaba.Hol.Es*, 15(3). [Http://](http://)
- Adisty, N. (2022, May 15). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat*. <https://Goodstats.Id/Article/Menilik-Meningkatnya-Konsumsi-Produk-Kecantikan-Di-Indonesia-Lcqed>
- Aditria, D., Digdowiseiso, Kumba, & Nurwulandari, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, E-Wom Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan*. 8(1).
- Agustin, N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. In *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 5, Issue 1).
- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City) Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Ahdia, A. (2023, October 11). *Jumlah Kunjungan Ke 5 Situs E-Commerce Terbesar Di Indonesia (Januari-September 2023)*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/10/11/Pengunjung-Shopee-Makin-Banyak-Bagaimana-E-Commerce-Lain>
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398. <https://Doi.Org/10.54443/Sibatik.V1i11.353>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1). <https://Journal.Unismuh.Ac.Id/Index.Php/Pilar/Article/Viewfile/10624/5947>
- Anggi Dea Suryani, P., & Nyoman Yulianthini, N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Produk Skincare Merek Ms Glow Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).

- Anggraeni, R., & Sutedjo, B. (2024). *The Influence Of Brand Trust And Customer Value On Purchase Intention And Customer Loyalty (Study On Working Women Who Use Wardah Cosmetics) Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Dan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Wanita Bekerja Pengguna Kosmetik Wardah)*.
- Ardani, W. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen*. 2(1).
- Arsi, A. (2021). *Langkah -Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*.
- Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349. <https://doi.org/10.47233/jteksis.V3i2.254>
- Awali, F. P., & Astuti, R. T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Activities Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty: Peran Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy Di Wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Azizah, S., Ika, N., Wardhani, K., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). *The Influence Of Brand Image And Brand Trust On Buying Interest In Bukalapak E-Commerce In Surabaya Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak Di Surabaya*.
- Baronah, Yoebrilanti, A., & Nurhayani. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen (Jakmen)*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.30656/Jakmen.V2i2.7526>
- Chrisyarinta, A., Van Berren, S., & Widiyatmoko, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Duta Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Scarlett Whitening Di Surabaya. *Jurnal Bisnis Net*, 2, 6.
- Dewi, A. N. K., & Herman, I. H. (2021). Analisis Implementasi Visual Storytelling Marketing Dan Brand Trust Serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Di Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/0>
- Dewi, W. W. A. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Ub Press.
- Dianka, A. A. (2021, September 6). *Performa E-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini*. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>

- Fadilah, Uliya, Wahono, Budi, & Bastomi, Mohamad. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Marketing Communication Terhadap Minat Beli Produk Herborist Juice For Skin (Studi Kasus Generasi Z Kota Malang)*.
- Firdaus, Afdillah. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, F. M., Sudarwati, & Marwati, F. S. (2022). Pengaruh Brand Trust, Media Sosial Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli. *Online) Jurnal Manajemen*, 14(1), 2022–2091. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Hariyanti, N. T. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Hashina Izzaty, I., & Utami, F. N. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Tiktok Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Madame Gie Di Jakarta. *Ekonomi Pembangunan*, 6(2). <https://doi.org/10.36985/ekuilmu.v6i2.1302>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review Dan Content Marketing Dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Iffah, Q., Farouk, U., & Nugroho, J. (2022). Influence Of Influencer Marketing Strategy And Online Customer Reviews On Purchase Intention Of Sociolla Customer (Case Study On Ab Students At Polines 2018-2019). In *Jurnal Jobs* (Vol. 8, Issue 2). <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs>
- Imawan, S. H. (2021). *Pengaruh Influencer Online Marketing Raffinagita Terhadap Purchase Intention Produk Ms Glow Men Dengan Behavior Control Sebagai Variabel Moderating Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra)*.
- Jannah, N., & Agus Alfianto, E. (2023). Terhadap Minat Beli Skincare Pada Produk Kecantikan Drw Skincare. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 55–66. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1219>
- Junaidi. (2018). *Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews*.

- Kamilla, N., Krisdianto, D., & Widayawati, E. (2023). Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Ms Glow. In *Jiagabi* (Vol. 12, Issue 1).
- Khuan, H., Ramdan, A. M., Risdwiyanto, A., Widyastuti, & Wahyuning, S. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Pada Produk Kosmetik Halal Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli*. 08(01).
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran: Vol. Jilid 1 & 2* (Edisi 12). Pt. Indeks.
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35–48. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1381>
- Laraswanti, N. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Variety Of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Kabupaten Kebumen)*.
- Lidyasuwanti, A., Rinuastuti, H., & Furkan, L. M. (2017). *Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram*.
- Maheswara, F. Y., & Satoto, S. H. (2022). *Pengaruh Social Commerce, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Aerostreet*. 13(1).
- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). *Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection*. 7(1).
- Nulufi, K., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2015). Management Analysis Journal Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. In *Management Analysis Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>
- Pahlevi, R. (2022, September 4). *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>
- Permata Sari, A., & Eka Putri, S. (2023). The Effect Of Celebrity Endorsement, Influencer Marketing, And Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On Online Shopping Purchase Intention With Brand Image As An Intervening Variable On

- Tiktok Shop Users. In *Management, Business And Accounting* (Vol. 1, Issue 1). <https://Proceeding-Bicemba.Feb.Unib.Ac.Id/Index.Php/Bicemba>
- Prasetio, A., & Zahira, S. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Pada Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi Sinta*, 4(3), 663–677. [Http://jim.unsyiah.ac.id/Ekm](http://jim.unsyiah.ac.id/Ekm)
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Putri, M. K., & Dermawan, R. (2023). Influence Of Content Marketing And Influencer Marketing On The Purchase Intention Of Somethinc Products On Tiktok Gen Z Users In Surabaya. *Indonesian Journal Of Business Analytics*, 3(5), 1663–1672. <https://doi.org/10.55927/Ijba.V3i5.5437>
- Putri, S. M., & Rosmita. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspk9*.
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Rahmawati, S. D. (2021). *Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce*. <http://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/ncoins/index>
- Renaldi, A., & Yulianthini, N. N. (2022). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Serta Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe Di Singaraja*. 5.
- Rizaty, M. A. (2023, November 10). *Data Rasio Jenis Kelamin Penduduk Indonesia (2013-2023)*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-rasio-jenis-kelamin-penduduk-indonesia-20132023>
- Ruth Virena, A., & J Renwarin, J. M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Moderator* (Vol. 8, Issue 3).
- Sagita, G., & Zeffanya, Z. R. (2022). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07*. 1(3).
- Saputro, Alan, & Sugiharto, Sugiono. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar*.
- Saragih, Q. A., Pasaribu, I. M., & Nasution, M. A. (2023). Pengaruh Desain Visual, Influencer Marketing, Dan Nilai Emosional Terhadap Minat Beli Produk Virtual Pada Game Online Mobile Legends (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Jurnal Bisnis Net*, 2, 6.

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siiwiyanti, & Nursaidah. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (M. Suardi, Ed.). Samudra Biru.
- Setyanto, Y., Anggarina, P. T., & Valentina, A. (2017). *Branding Yang Dilakukan Humas Pada Perguruan Tinggi Swasta. I*(1).
- Sholikah, Mundzir, A., Y. N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, Rahajeng, E., & Y. (2021). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan* (E. Sudarmanto & E. Kurniawati, Eds.). Insania.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sumartini, Harahap, K. S., & Sthevany. (2020). *Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna X*.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25–41.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). *Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia)*. [Http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Jbsuta](http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Jbsuta)
- Tantilofo, J. A., & Widagdo, H. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Social Media Terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita*.
- Tarigan, E. B., Nofiawaty, N., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1618–1629. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i3.4067>
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/Jimi.V1i2.8>
- Ulya, N. F., Sunaryo, H., & Mustapita, A. F. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Angkatan 2020)*.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. Vol 1*(2).

- Waluyo, D. (2023, December 7). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. <https://Indonesia.Go.Id/Kategori/Editorial/7804/Fenomena-Cantik-Industri-Kosmetik?Lang=1>
- Wardah, F. (2023). *Analisis Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Javamifi* (Vol. 02, Issue 03). <https://Journal.Uii.Ac.Id/Selma/Index>
- Wijaya, I. A., Choiriyah, F. U., Wijiono, S., & Islam Jember, U. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing, Labelisasi Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah*. 5(No. 1).
- Wilujeng, S. R. (2019). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame*.
- Winarso, W., & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Wulandari, K. (2021). *The Effect Of Brand Image, Brand Trust, And Advertising On Consumer Purchase Interest In Cosmetic Products (Study On Sociolla E-Commerce Users)*.
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara*. 05(02), 277–286.