

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L. I. N., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). The Influences Of E-Wom Of Reference Group And Instagram Influencer Toward Wardah And Maybelline Brand Image. *Jurnal EMBA*, 10(1), 143–151.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention Konsumen pada Sociolla. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 1(1), 64–74. <https://doi.org/10.36587/probank.v1i1.1174>
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- 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>
- Amanda, T., Winoto Tj, H., Kusniawati, A., & Surjaatmadja, S. (2021). *Effect of Electronic Word Of Mouth, Product Quality, and Price on Purchase Intention. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4 (3), 6181–6190. 6181–6190.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* (Vol. 11, Issue 2).
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293–1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas

- Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chasanah, H. F., & Saino. (2022). The Effect Digital Content Marketing And Product Quality On Purchasing Decisions Through Buying Interest As Intervening Variable. *Jurnal Mantik*, 6(1), 551–559.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, Disertasi, Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, N., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Handayani, M., & Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>
- I M. R. P. Ari Yudha, N. Y. Y. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–3.
- Kando, G. S. M., Irawan, J. P., & Adriana, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli Playstation 4. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 262–269. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>
- Kasman, K., Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). *Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada*. 2(September), 2274–2293.
- Lestari, A. O., & Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). In *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAMAN)* (Vol. 3, Issue 2).
- Lestiyani, D. N., & Purwanto, S. (2024). *Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific*. 5(2), 886–898.

- Lim, S., & Kesumahati, E. (2022). Enrichment: Journal of management the effect of social media marketing, influencer marketing, and consumer engagement on purchase intention in local cosmetic products. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5).
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Teknologi Live Shopping terhadap Minat Beli Pelanggan dengan Systematic Literature Review. In *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* (Vol. 7, Issue 3). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12370>
- Nabila, R. (2023). Analisis Sosial Media Instagram Dan BeautyInfluencer Terhadap Repurchase Intention Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Ms Glow Semarang Store. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*.
- Nafsyiah, H., Ananta Fauzi, R. U., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Organizational Citizenship Behavior Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Magetan. In *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akunansi 4*.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: ANDI.
- Nurchayani, D. N., & Ishak, A. (2023). Social media marketing influence on the purchase interest of MS Glow Care Product. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(4), 106–114. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2594>
- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). In *Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44475>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Fatturohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image , Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(4), 754–763. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, I. A. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Influencer Dan Online Customer

- Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 07(01), 1–12. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8062/pdf>
- Rahayu, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., Indonesia, P., & Yuliamir, H. (2022). New Normal Bagi Pelajar (Pembelajaran Daring dan Pembelajaran Luring) Pada Minat Beli Kuota Internet Pada Kios Pulsa Semarang Selatan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2).
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129–1143. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.580>
- Riama, C. O. (2021). Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 156. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27628>
- Rizqy, D., & Rahardjo, B. (2023). Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital (Studi Deskriptif Pada Akun @assyaffa.homedecor). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 188–199.
- Rusmini, A. (2023). Faktor Keberhasilan Promosi SKINTIFIC dengan Mengimplementasikan Digital Marketing pada TikTok. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(2), 131. <https://doi.org/10.37535/104003220236>
- Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow Di Kota Manado the Influence of Social Media, Celebrity Endorser, and Product Quality on Consumer Purchase Interest of Ms Glow Products in Manado Ci. In *Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4).
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 4). <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>
- Suyyinah, & Setiawa, F. (2024). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Merk Terhadap Minat Pembelian Skincare Arta. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.5916>
- Syamsiyah, A. N., & Winarso, W. (2023). Citra merek, ulasan konsumen, dan kualitas



produk terhadap minat beli celana jeans jiniso.id pada generasi z di bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 19(1), 54–62.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wahyu, W. S., & Saino. (2023). Pengaruh Influencer Review Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Di Kalangan Mahasiswa Kota. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3), 262–268.

Widyarsih, A. R., CAHAYA, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). The Influence Of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109. <https://doi.org/10.54099/aijms.v2i1.460>

Winarso, W., Safitri, M., Putri, A., & Aprilia, R. (2022). The Effect of Influencer and Brand Image on Increasing Purchase Interest in Shopee Consumers. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*, 4(9), 480–484. <https://doi.org/10.35629/5252-0409480484>

ZAP Clinic. (2023). Zap Beauty Index 2023 Video Version Zap Beauty Index. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).

