

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, M. F. F. (2014). Applying Word Chain Game To Improve Students' vocabulary Mastery. *ELT-Lectura*, 1(1). Diakses dari <https://journal.unilak.ac.id/index.php/ELT-Lectura/article/view/450> pada tanggal 20 Desember 2024

Agrevinna, M. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 15(1), Article 1. Diakses dari <http://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36465> pada 21 Desember 2024

Akbar, M.F., dkk. (2024). Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kalangan Milenial Dan Gen Z. *Journal Media Public Relations*, Vol.4., No.1. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/569326-peran-tiktok-dalam-meningkatkan-brand-aw-7c810b75.pdf> pada 27 Desember 2024

Aini, S. Q. (2019). Perilaku Jajan Pada Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 15(2), 133–146. Diakses dari <https://doi.org/10.33658/jl.v15i2.153> pada 2 Februari 2025

Amelia, Risma., dkk. (2022). Perempuan dan Tiktok : Studi Tentang Eksistensi Diri dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswa FIS-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan.*, Vol.9., No.3. Diakses dari <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/download/37108/18528> pada 2 April 2025

Anggraini, Fera & Ahmadi, M.A. (2025). Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, Vo.3., No.1. Diakses dari <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/download/3450/3110/11702> pada 27 Desember 2024

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. Diakses dari <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867> pada 27 Desember 2024

Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. Diakses dari <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862> pada 30 Desember 2024

Dewi, N.P.S., dkk (2023). Komunikasi Pemasaran (Konsep dan Strategi). Medan : Yayasan Literasi Indonesia. Diakses dari <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/7239/1/Komunikasi%20Pemasaran.pdf> pada 1 Januari 2025

Falajunah, Cut Tamara & Hendayani, Ratih. (2024). Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) By Tiktok Influencer terhadap Minat Beli Produk Scarlett. *Economic Reviews Journal* , Vol, 3., No.2. Diakses dari <https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj/article/view/340/314> pada 5 Januari 2025

Firdausy, Soraya dan Ramadani, Nadila. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Makassar Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal KOMunikasi*, Vol.15., No.1. Diakses dari <https://journal.unifa.ac.id/index.php/jku/article/download/357/262/644> pada 7 Januari 2025

Griffin, dkk. (2019). *A First Look At Communication Theory*. New York : McGraw-Hill Education.

Hardini, R., Nurani, M. I., Larasayu, F., & Permana, E. (2023). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer di media sosial instagram pasca pandemi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), Article 2. Diakses dari <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8718> pada 10 Januari 2025

Hasan, Shermeen., dkk. (2024). Influencer Authenticity and Intention to Co-Create Brand Value : An Investigation of Central and Peripheral Pathways. *Journal Cogent Business & Management*, Vol.11. Diakses dari <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2393236#d1e177> pada 2 April 2025

Ichwan, N.A.R. dan Irwansyah. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer Pada Akun Youtube Tasya Farasya Dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (KAREBA)*, Vol. 10., No.1. Diakses dari https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/3689/1665_pada_19_Januari_2025

Irawati, Dila., dkk. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Marketplace Sociolla. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, Vol. 3., No.1. Diakses dari https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe/article/view/5689/2932_pada_28_Maret_2025

Konita, Lapania. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Tangerang Selatan. *Jurnal Prosiding Ilmu Managemen Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 1., No.1. Diakses dari

<https://prosiding.arimbi.or.id/index.php/PROSEMNASIMKB/article/view/25> pada 7 April 2025

Megasari, Puspita., dkk. (2022). Brand Equity Mother of Pearl dalam Akun Instagram @MOP.Beauty. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.5., N0.2. Diakses dari <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/article/download/4191/pdf> pada 21 Maret 2025

Munthe, R.N., dkk. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skincare Wardah. *Jurnal Edueco Universitas Balikpapan*, Vol.4., No.2. Diakses dari <https://jurnal.peko.uniba-bpn.ac.id/index.php/Edueco/article/view/81/81> pada 20 Maret 2025

Nainggolan, Romauli & Yasinta, Komang Lola. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.8., No.6. Diakses dari <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/3806/2808/13732> pada 13 Februari 2025

Nurul Hafizah, N. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Shop Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ms Glow Distributor [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Diakses dari <https://repository.uin-suska.ac.id/75900/> pada 12 Februari 2025

Pratama, Y., dkk. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi Di Era Digital. *CV Eureka Media Aksara*. Diakses dari <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/handle/123456789/2748> pada 20 Februari 2025

Putri, A.S., dkk (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 7., No.2. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/384717402_Pengaruh_Komunikasi_Persuasif_Influencer_Fadil_Jaidi_terhadap_Minat_Beli_Produk_Scarlett_Whitening pada 1 Maret 2025

Rahmawati, R., Hastari, S., & Laksmi, D. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific Di Kota Pasuruan. *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 7(4), Article 4. Diakses dari <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/4962> pada 18 Januari 2025

Safitri, R., & Barkah. (2019). Pengaruh Content Marketing, Dan Penggunaan Kol (Key Opinion Leader) Tasya Farasya Pada Produk Skincare Skintific Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness Di Kota Pontianak. *Jurnal Seminar Nasional Bisnis Seri 7*, 4(22), 634–647. Diakses dari <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JEAP/article/view/308> pada 22 April 2025

Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1), Article 1. Diakses dari <https://ejournal.pinci.ac.id/index.php/jbk/article/view/75> pada 27 April 2025

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta CV.

Timang, Jordanius, dkk. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Fellow Coffee Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, Vol.12., No.4. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/58982/48019> pada 29 Maret 2025

Wulandari, Cindy dan Indriani, Riza. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, Vol. 2., No.2. Diakses dari <https://rayyanjurnal.com/index.php/mantap/article/view/3310> pada 27 Februari 2025