

DAFTAR PUSTAKA

- Azarine. (2022). Sunscreen Azarine Best Seller; Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF 45 PA+++ Mendapatkan Enam Penghargaan. Diakses dari <https://azarinecosmetic.com/a/sunscreen-azarine-best-seller-hydrasoothe-sunscreen-gel-spf-45-pa> Pada 24 Maret 2023
- Azarine. (2023). Azarine Raih 12 Award Sepanjang 2022. Diakses dari <https://azarinecosmetic.com/a/azarine-raih-12-award-sepanjang-2022> pada 24 Maret 2023
- Ayu Kristina, N., & Aminah, S. (2023). Influence of Content Marketing and Online Customer Reviews on TikTok on Purchase Decisions for Garnier Facial Wash Products. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Compas. (2022). 10 Top Brand Sunscreen Lokal Terlaris 2022, Tidak Takut Matahari Lagi!. Diakses dari <https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/> pada 23 Maret 2024
- Databoks. (2023). 10 Kategori Video yang Paling Dicari Pengguna TikTok Indonesia, Ada Favoritmu?. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/05/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-tiktok-indonesia-ada-favoritmu> pada 23 Maret 2024
- Databoks. (2023). Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia> pada 22 Maret 2024
- Data Indonesia. (2023). Pengguna TikTok Global Capai 1,68 Miliar pada Kuartal I/2023. Diakses dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-global-capai-168-miliar-pada-kuartal-i2023> pada 22 Maret 2024
- Data Reportal. (2023). Digital 2023: Indonesia. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Fadhilah, & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 17(3), 505–512.
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663.

- Gurjar, P., Kaurav, R. P. S., & Thakur, K. S. (2019). Content Marketing: Concepts and its Relevance in the Tourism Industry. *Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3307713>
- H.A, S. F. D. N., Daud, I., & Rosa, A. (2019). Pengaruh Trustworthiness, Expertise Dan Attractiveness Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Purchase Intention Produk Hijab (Studi Kasus pada Akun Instagram @gitasav). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, XIV.
- Hadmar, A. S. (2022). Dampak Media Sosial Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen dan Promosi Produk Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(1), 142–148. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i1.682>
- Hair, J. F. et. al. 2019. Partial Least Squares Structural Equation Modeling- Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. *Business Research*. 12(1) : 115-142
- Haoe, S., Ganiwidjaja, J. T., & Andreani, F. (2023). Peran Marketing Food Influencer Tiktok Terhadap Follower Engagement dan Purchase Intention Para Pengikut Febryan Dio Ramadhan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 24–34. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.24-34>
- Komala Sari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. UMSIDA Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*. www.pearson.com/uk
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education Limited.
- Mahardini, S., Singal, V., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(1). <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mubarak, M. F., Basalamah, S., Halim Perdana, A., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Makassar. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 279–292. www.statista.co
- Nabila, V. A., & Habib, M. A. F. (2023). Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601.
- Nofa Lestiyani, D., & Purwanto, S. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 886–898.

- Nurhamidah, I. A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 3(3), 81–89. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *10(2)*. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Putri, J. N. P., Listyorini, S., & Budiarmo, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond's di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3).
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1).
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 326–341.
- Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi ke-2 Bandung: Alfabeta.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products In Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(1), 56–70. <https://doi.org/10.24123/jeb.v2i1.4023>

- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(2).
- We Are Social & Meltwater. (2023). Digital 2023 Indonesia. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> pada 21 Maret 2024
- Windi, R., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Barand Awareness Skincare Hanasui (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Samratulangi Angkatan 2023). *Jurnal EMBA*, 11(3), 772–784.
- Yani, A. A. W. K., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whithening Di Toko Kosmetik Beauty Shop Seririt. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3).
- Yazgan Pektas, s., & Hassan, A. (2020). The effect of digital content marketing on tourists' purchase intention. *Journal of Tourismology*, 79–88
- Yoga Prasetya, A., Dwi Astono, A., & Ristianawati, Y. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2).
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>
- ZAP Clinic. (2023). Zap Beauty Index 2023. Diakses dari https://zapclinic.com/files/good_stats_Beauty_Index_2023.pdf pada 31 Maret 2023