

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- 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>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & ... (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis ...*, 10(1), 25–31. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/28826/28141>
- 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>
- Amelia, A., Willyam, A. P., Salsabilla, G., Sari, R. S., & Sari, V. N. (2023). *Penerapan Metode Online Marketing Pada Pengenalan Produk Untuk Meningkatkan Jumlah Jual Pada UMKM Home Industry Jagung*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 316–324. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i5.131>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aziz, M. C., & Halik, A. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Price Discount dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Fashin di E-Commerce Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(6).
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). *Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta*. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Fadilah Amin Nur, Garancang Sabaruddin, A. K. (2023). *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian*. *Jurnal Pilar*, 14(1), 20. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>

- Fenetta, A., & Keni, K. (2020). ***Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention: Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi***. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(6), 270. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i6.9792>
- Fitri, T. A., & Syaefulloh, S. (2023). ***Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Online Customer Review pada Fashion Terkini di Tiktok Shop***. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3946. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2821>
- Fransiska, A. W., Assalam, S., & Hartina, S. (2024). ***Review Influencer Dan Brand Image Terhadap Minat***. *Jurnal Pustaka Manajemen*, 4(1), 9–16.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). ***Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli***. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- 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>
- Khotimah, Khusnul, S. Pawirosumarto, Lusiana, S. Sari, L. Fitria, A. Yani, R. Rafky, Y. Oktarina, Nofriadi (2023). ***Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan***. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (Jemsi)*, 5(1), 28–38. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kurniati, N. Y. (2023). ***Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Suatu Produk***. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(5), 537–548.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). ***Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)***. *Prismakom*, 18 (1)(1), 33–38.
- Lidia Angelina, Ugy Soebiantoro, N. M. (2024). ***Pengaruh Viral Marketing, Social Media Influencer dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Maybelline Superstay Vinyl Ink pada Mahasiswa UPN Veteran Jatim***. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2796>
- Lukmanul, L. H. (2019). ***Pengaruh Brand Awareness, Brand mage, dan Customer Perceived Value terhadap Purchase Intention***. 2016, 1–23.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). ***Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta***. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (2024). ***Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspkpu9***. *Jiabis: Jurnal Administrasi*

Bisnis Dan Ilmu Sosial, 2(113), 86–97.

- Nabila, J., & Azijah, N. (2024). ***Pengaruh Brand Image dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening: Studi pada Followers Akun TikTok @Skintific_id***. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1594–1608. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.1070>
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). ***Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific Di Shopee***. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 26–42. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.282>
- Peronika, N., Junaidi, & Maryadi, Y. (2020). ***Pengaruh brand image terhadap minat beli produk kosmetik wardah di kota pagar alam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam)***. *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93.
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). ***Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening***. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Purwiyanto, D., & Purwanto, F. X. A. (2020). ***Brand Awareness Sebagai Variabel Pemeditasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian***. (Studi Kasus Mahasiswa Diploma Pelayaran Pada Pembelian Tiket Online di PT PELNI). *Jiabi*, 4(2), 177–197.
- Respati, Indah, Hudiyah, I. F., Nisrina, S. J., & Hidayat, R. (2024). ***Pengaruh Promosi Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Hijab Pada Konsumen Generasi Z***. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(8).
- Setiawan, J. A., & Asiyah, B. N. (2023). ***Pengaruh Influencer Marketing, Collaboration Branding, dan Harga terhadap Minat Beli Virtual Skin pada Pemain Game Online Mobile Legends: Bang Bang di Kabupaten Blitar***. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 20(1), 09–23. <https://doi.org/10.29313/performa.v20i1.10900>
- 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, P. D. (2020). ***Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D (2nd ed.)***. Alfabeta.
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti. (2022). ***Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Kepuasan***

- Konsumen.** *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 130–137. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/2605>
- Yosa, Y. (2023). *Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.* *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(12), 6679–6686. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i12.14161>
- Yulianyah, febriana putri, Wahono, B., & ABS, M. K. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2020).* *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Nadia. (2023). *SEA Makeup Owner: Bereksperimen dengan Gaya Baru untuk Penampilan Lebih Segar*, (Online), (https://perpusteknik.com/sea-makeup-owner/#google_vignette, diakses 25 Januari 2025)