

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, Y. &. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Melalui TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Andini, N. S. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024*. Retrieved from compas.co.id: <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- Anggraeni, H. R. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Toko Trend Hijab Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Anjani, S. &. (2020). Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencer in Communicating Messages Using Instagram). *Polyglot: Jurnal Ilmiah*.
- Astuti, S. &. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Oclo di Bandung)*. Retrieved from repository.unpas.ac.id: <http://repository.unpas.ac.id/66091/>
- Az-Zahra, P. &. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan di PT Arthanindo Cemerlang. *Emabi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*.
- Cahyadiningrum, T. R. (2023). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer pada Instragram Terhadap Minat beli Dengan Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada perawatan Tubuh Wardah). *Diponegoro Journal Of Management*.
- Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Retrieved from compas.co.id: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Cresentia, A. N. (2021). Pengaruh Kredibilitas Dan Trustworthiness Beauty Influencer di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Perfoma: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Fenny., e. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe . *electronic Journal-STIE LMII Medan*.

- Handayani, N. &. (2021). The effect of Online Customer Review, Influencer Marketing, Quality Website on Purchase Decisions Online on Online Marketplacse Shopee. *SSRN*, 1-29.
- Haribowo, R. e. (2022). Analysis of the role of social media marketing, product quality and brand awareness on buying decisions for restaurant customers in west java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Harwansyah, D. &. (2023). Pengaruh Kredibilitas Micro-Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Lokal Somethinc dengan Sikap Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Media Sosial Tiktok di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Hastari, E. e. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*.
- Helmi, S. e. (2022). The Role of Brand Image as a Mediation of The Effect of Advertising and Sales Promotion on Customer Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*.
- Inggasai, S. &. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening . *Cakrawangsa Bisnis*.
- Kaniu, H. e. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Hardcore Gym. *Jurnal EMBA*.
- Keller, K. &. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (edisi ke enam)*. Yogyakarta: Andi.
- Kemeç, U. &. (2021). The Relationship among Influencer Credibility, Brand Trust, and Purchase Intention: The Case of Instagram. *Journal of Consumer and Consumption Research*.
- Kiswanto, J. H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*.
- Kurniawan, A. (2021). Pengaruh kredibilitas celebrity endorser dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian indomie. *Economicus*.
- Laksono, A. W. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*.

- Lolowang, I. e. (2022). Pola Baru Komunikasi Pemasaran Properti Pasca Pandemi: Sebuah Studi Kasus Penelitian Kualitatif pada AKR Land Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*.
- Martínez-López, F. J. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers responses. *Journal of Marketing Management*.
- Maulana, I. e. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*.
- Modaso, A. e. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa PT Allianz Life di Kota Manado. *Jurnal EMBA*.
- Muhamad, N. (2023). *Influencer Lokal Sangat Memengaruhi Konsumen Perempuan dalam Memilih Produk Kecantikan*. Retrieved from Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/dea2c27e0d17560/influencer-lokal-sangat-memengaruhi-konsumen-perempuan-dalam-memilih-produk-kecantikan>
- Mustakim, N. &. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*.
- Napitupulu, e. (2021). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli/Sabar Napitupulu, Nirwana tapiomas, dan Riduan Tobink*. Jakarta: Atalya Rinelo Sudeco.
- Octaviani, F. &. (2023). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Intensi Pembelian Produk Fashion Melalui Kepercayaan Merek pada Pengguna Instagram di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Pahlevi. (2022). *Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/cf9666affcbb8a1/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022>
- Palupi, N. e. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Yogyakarta. *Edunomika*.
- Pham, M. e. (2021). The Effects of Online Social Influencers on Purchasing Behavior of Generation Z: An Empirical Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*.

- Pitri, D. H. (2024). The Effect of Celebrity Endorser Credibility, Brand Image, And perceived Quality on Purchase Decision MS Glow Products in Batam. *Dimensi*.
- Poluan, J. e. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Tradisional (Studi pada Konsumen Gen Z di Kota Tomohon). *JMBI Unsrat*.
- Prasetio, A. &. (2023). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer dan Disclosure of Sponsorship terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Brand Attitude Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen generasi Z di Instagram). *Diponegoro Journal of Management*.
- Puspitasari, D. Y. (2022). Pengaruh Event Marketing dan Kredibilitas Influencer Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (studi kasus pada Erigo Store). *Yume: Journal of Management*.
- Riyanto, G. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia tembus 210 Juta pada 2022*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>
- Salim, H. e. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 11-12.
- Samsudin, A. e. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada produk McDonald's. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Samsudin, A. e. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan pembelian pada Produk McDonald's. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*.
- Sanny, B. &. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan banten TBK Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis*.
- Saputra, M. e. (2025). The Influence of Influencer Marketing on Purchasing Decisions in Generation-Z (Study on students who use TikTok at UPN "Veteran" East Java. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*.
- Schouten, A. e. (2020). Celebrity vs Influencer Endorsements in Advertising: the Role of Identification, Credibility, and Product-Endorser Fit. *International Journal of Advertising*.
- Shadrina, R. &. (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*.
- Sulistiyani. (2023). *Analisis Pasar dan Perilaku Konsumen*. Palangkaraya: Stipas Publisher.
- Sunyoto. (2023). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supriatna, A. e. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Suwarsa, T. &. (2021). Pengaruh Pajak Restoran dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*.
- Syamsuddinnor, A. Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Affect Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Cleo Pure Water di Kota Banjarmasin (Studi pada Konsumen di Kecamatan Banjarmasin Utara dan Banjarmasin Barat). *Seminar Nasional Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Unmer Malang*.
- Utami, B. T. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Meditasi Kopi Nako. *Jurnal Manajemen Risat Inovasi*.
- Vania, L. &. (2024). Peran Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Kopi Starbuck Madiun. *Surakarta Management Journal*.
- Waani, N. M. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat). *Jurnal Emba*.
- Wongkar, K. e. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA*.
- Yosifine, C. &. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*.
- Yuliantari, K. e. (2022). Brand Equity pada Mobil Toyota di Indonesia. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.