

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh *endorsement influencer* instagram terhadap keputusan pembelian pada generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), 15-28.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2020). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A614-A619.
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla*. *Prosiding Senapenmas*, 346(2), 1209.
- Ghadani, A., Muhar, AM, & Sari, AI (2022). Pengaruh brand Ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Jurnal Manajemen Wawasan* , 2 (3), 110-118.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan *star seller* terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 234-239.
- Huda, N. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* , 2 (1), 37-43.
- Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Fashion di Tiktok Shop pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 210–213.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. 18(1), 33–38.

- Lestiyani, DN (2023). *Analisis Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific| Studi Empiris Pada Konsumen TikTok* (Disertasi Doktor, UPN Veteran Jawa Timur).
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of interactive advertising*, 19(1), 58-73.
- Maulida, Y. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merk Scarlett Whitening di Kota Malang (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang)*.
- Muzakki, F. D. P., & Andarini, S. (2024). Pengaruh influencer marketing dan content marketing terhadap brand awareness produk Avoskin: (Studi pada Instagram@ avoskinbeauty). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 70-75.
- 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.
- Nasir dkk. (2022). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen Vol. 12. No. 01*.
- Pratiwi dan Sidi. (2022).
- Nawastuti, N. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1415-1421.
- Omba, D. S. M., Iswati, I., & Fitriyasari, A. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* Fujianti dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada TikTok Shop. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5228-5243.
- Pambudi, R., & Permatasari, B. (2024). Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Fashion di TikTok Shop pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 210–213.

- Pengaruh content marketing dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tik-Tok di Wilayah DKI Jakarta. *Ikraith-Ekonomika* , 6 (1), 180-187.
- Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, Vol. XVIII, No. 1, Januari 2022, pp. 192-204.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537-553.
- Putri, P.A.A (2024). Pengaruh *viral Marketing*, *Online Customer Review* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea Body Lotion Di Surabaya (*Doctoral dissertation*, UPN Veteran Jawa Timur).
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z., (2012). Factors Influencing on Customers' ESatisfaction: A case Study from Iran, *Journal of contemporary research business*, vol. 3 (9) Mahardini, S., Singal, VG, & Hidayat, M. (2023).
- Satiawan, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1-14.
- Sholikhah, N. I., & Marlana, N. (2024). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 12(2), 223-232.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sutarno, R. A., & Purwanto, S. (2022). Perilaku Konsumtif Generasi Z terhadap Keputusan Pembelian Produk Silverqueen di Kota Sidoarjo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 309-313.
- Virgyanti, E. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Influencer Endorsement* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Konsumen Produk Daviena Skincare di Malang) (*Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Malang).

Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232-243.