

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. R., Aqida, A., & Aidah, S. (2025). Kewarganegaraan Digital Sebagai Upaya Persiapan Menghadapi Tantangan Perkembangan Teknologi. *ICJ*, 2(1), 15–33.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.); 1st ed.). Pradina Pustaka.
- Andriyani, V., Maro'ah, S., & Mauliddah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Tissue “SEE U” Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 69–76.
- Basalamah, R. A. M., Umayah, A., & Wismiarso, T. (2025). Effect of Social Media Engagement and Beauty Influencers on Purchase Intentions of Indonesian Beauty Products. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(1), 619–629. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i1.3756>.
- BPOM. (2025). BPOM Ungkap 23 Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya dan atau Dilarang Periode Juli hingga September 2025. <https://www.pom.go.id/siaran-pers/bpom-ungkap-23-kosmetik-mengandung-bahan-berbahaya-dan-atau-dilarang-periode-juli-hingga-september-2025>.
- Carneli, R. D., & Nurwahyudi, M. R. (2025). Pengaruh Beauty Influencer, Persepsi Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian Hand and Body Lotion Vaseline di DIY. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 50–58. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v6i1.12210>
- Chen, N., & Yang, Y. (2023). The Role of Influencers in Live Streaming E-Commerce: Influencer Trust, Attachment, and Consumer Purchase Intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1601–1618. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030081>
- Cristanto, J. D., Guci, D. A., & Ghazali, P. L. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Skincare Di Kecamatan Medan Sunggal. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(3), 2918–2925. <https://doi.org/10.58631/injury.v2i8.103>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). Metode

- Penelitian Pendekatan Kuantitatif. In T. S. Tambunan (Ed.), *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Elfarida, D., & Komaladewi, R. (2025). Pengaruh Influencer Credibility Terhadap Trust in Influencer dan Purchase Intention Konsumen pada Beauty Product di Shop Tokopedia. *IJEMA: Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 2(3), 1557–1570.
- Elfrianto, Afifah, N., Pulungan, L. H., & Irvan. (2025). *Panduan Lengkap Analisis Statistik untuk Penelitian Skripsi Tesis dan Disertasi* (Z. Azis (ed.); 1st ed.). UMSU PRESS.
- Fani, R. A., & Kusumasari, I. R. (2025). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Customer Loyalty to Glad2Glow Products (A Study of Glad2Glow Instagram Followers). *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 5(2), 946–958. <https://doi.org/10.37531/amar.v5i2.3175>
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, Justin Hidayat Waworuntu, A. M., Widarman, A., Verawaty, Hasniaty, & Risakotta, T. K. (2023). *Produk Dan Merek* (Fachrurazi (ed.); 1st ed.). Global Eksekutif Teknologi.
- Hadiyanto. (2021). The EFL Students ' 21 st Century Skill Practices through E-Learning Activities. *Indonesian Research Journal in Education*, 3(2), 461–473.
- Haykal, A. P., Suhud, U., & Rizan, M. (2025). Consumer Awareness and Behavior toward the Risks of Harmful Ingredients in Skincare Products: A Thematic Analysis in the Digital Era. *Siber International Journal of Digital Business (SIJDB)*, 2(4), 389–403. <https://doi.org/10.38035/sijdb.v2i4.230>
- Immanuel, D. M., & Bianda., A. H. S. (2021). The Impact of Using Influencer on Consumer Purchase Intention With Attitude Towards Influencer and Brand Attitude As Mediator. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(4), 766–781. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.04.06>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas (ed.); 1st ed.). Lakeisha.
- Issalillah, F., Khayru, R. K., Darmawan, D., Amri, M. W., & Purwanti, S. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Rokok Mild Berdasarkan Persepsi dan Sikap. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(2), 49–53.
- Kemenprin. (2025). Kemenprin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang>.
- Kemp, S. (2025). Digital 2025: Indonesia. Data Reportal.

- <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- Kriauciunaite, A. (2025). Beauty Consumer Trends: Key Insights from the Voice of the Consumer Survey. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/article/beauty-consumer-trends-key-insights-from-the-voice-of-the-consumer-survey>.
- Layla, S. N., (2025). OMG Beauty Jadi Official Makeup Partner di Festival Film Indonesia. SWA. <https://swa.co.id/read/466457/omg-beauty-jadi-official-makeup-partner-di-festival-film-indonesia>.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., Syrah, A. N., & Anggreini, S. (2023). Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Unsera*, 9(2), 56–72.
- Markethac. (2024). Omset Lip Cream Sentuh Puluhan Miliar, Ini Brand Andalan Konsumen. <https://markethac.id/report-news/news/omset-lip-cream-sentuh-puluhan-miliar-ini-brand-andalan-konsumen>.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.); 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja*.
- Mokoginta, S. C., & Mokodongan, E. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion Online Di Kota Kotamobagu. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 621–631. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Mumtaza, A., Muksin, N., Rixas, S., Reihana, H. A., Komunikasi, I., Ilmu, F., Politik, I., Muhammadiyah, U., Kh, J., Dahlan, A., & Selatan, T. (2024). Dampak Penggunaan Influencer Tasya Farasya di Media Sosial Tiktok terhadap Brand Awareness Produk Kosmetik Oh My Glam (OMG). *Jurnal UMJ*, 1(3), 1–5.
- Natalia, Tasya. (2024). Lampau Wardah, Hanasui Jadi Kosmetik Paling Laris Jelang Lebaran. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris-jelang-lebaran>.
Download Apps CNBC Indonesia sekarang <https://app.cnbcindonesia.com/>
- Nurwati, M. I., Waruwu, H., & Maesaroh, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan "LNY Skincare"*. 17(2).
- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Dampak Brand Image Dan Brand Awareness Bagi Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada

- Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya Yusnia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3).
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Scientific Journal Of Reflection*, 5(3), 764–772.
- Permata, H. C., & Sulistyowati, P. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Ahas Surakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 158–171.
- Prayoga, S., & Ginting, A. M. (2024). Pengaruh Customer Experience Online Sales Promotion, Brand Image Dan Price Terhadap Customer Loyalty Pada Brand Kategori Kecantikan Di Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 8(1), 1517–1533.
- Putri, A. F., Wangi, M. S., & Suryo, H. (2023). Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Dan Terpaan Tayangan Review Product Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Unisri*, 7(1), 1–11.
- Putri, S. M. Z., & Canggih, C. (2025). Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Customer Experience, Label Halal Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Avoskin. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(1), 1–15.
- Rachmawati, I., & Nazhifah, N. (2025). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Brand Loyalty Tiktok Dengan Purchase Intention Sebagai Mediasi Pada Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 24(1), 65–76.
- Rahmayanti, I., & Rijali, N. F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Bimbingan Belajar Prima Smart Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 8(1), 231–245.
- Ramadhanasywa, A., Aditya, A. S. P., Dewi, K. I., Sari, S. I. P., Utami, C. N., & Zakiyah, N. F. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Experience, E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswa UNISRI Surakarta. *Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM)*, V(2), 107–117.
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel Di Cv. Karunia Meubel Tuminting Analysis of Factors Affecting Customer Loyalty Furniture Products At Cv. Karunia Mebel Tuminting. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 1–10.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E. P. ., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R.,

- Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (E. Romindo & Sudarmanto (ed.); 1st ed.). Insania.
- Revanza, A., & Nurhayati, M. 2. (2025). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Erigo Di Bandar Lampung). *Jurnal Media Akademik*, 3(7), 3031–5220.
- Reza, C. T., & Indahwati. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Maybelline (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Pragmatis*, 5, 1–8.
- Rifiyah, D., & Wianti, W. (2025). Pengaruh Estetika Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik OMG di Kalangan Milenial dan Gen Z Pada Kelurahan Sukabumi Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(2), 108–114.
- Safhiran, J. (2022). Tanjungpura International Journal on Dynamics Economic, Social Sciences and Agribusiness Effect of Customer Service, Price and Product Completeness To Customer Loyalty Cosmetics At Kita Cosmetics Store Pontianak. *Tanjungpura International Journal on Dynamics Economics, Social Sciences and Agribusiness* 36 *TIJDESSA*, 3(01), 36–57. <https://doi.org/10.26418/tijdessa.v1i1.41451>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (K. Try (ed.); 1st ed.). KBM Indonesia.
- Sianipar, G. J. ., & Sinaga, J. V. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding “Felicya Angelista” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Medan. 22(1), 130–145.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Sari, I. K. H., Simatupang, Sudung Faisal, A. S. M., Tjiptadi, D. D., Anggusti, S. M., & Muliatie, Y. E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (J. Karim, Abdul & Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sirait, C. A., Syukron, M. S., Shahira, Rakhman, Z. A., Siregar, A. A. P. Z., Nasution, M. R. R., Arcinta, T., Putra, F. J., Hakim, N. A., & Lubis, F. (2024). Pengaruh Penggunaan Influencer Sebagai Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 14890–14896. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Subkhan, M., & Tuharea, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap*

- Loyalitas Konsumen Produk Wardah (Studi Kasus Konsumen Di Wilayah Yogyakarta. 15(1), 167–186.*
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.); 5th ed.). Alfabeta.
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpn, 2(2), 275–286.*
- Wongkar, K. E. G., Lumanaw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Emba, 11(3), 431–441.*
- Yanti, N. G., & Nainggolan, N. P. (2025). The Influence Of Beauty Influencer, Brand Trust, And Brand Image On Customer Loyalty For Skincare Products On E-Commerce Shopee. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 23(2), 102–111.* <https://doi.org/10.31253/pe.v23i2.3551>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS. In S. Widagdo (Ed.), *Mandala Press* (1st ed.). Mandala Press.
- Zakna, V. A., & Husda, N. E. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Ms Glow di Kota Batam. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan, 05(01), 146–155.*