

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. N. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian The Originote. 1*, 2–3.
- Ardansyah, & Marlinda. (2025). Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Pada Generasi Z Di Bandar Lampung (Studi Pada Mahasiswa Aktif Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 14(01), 118–1128. <https://doi.org/10.30606/zn80a348>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2026). BPOM bidik nilai pasar kosmetik nasional capai Rp158 triliun pada 2026. Kontan. <https://industri.kontan.co.id/news/bpom-bidik-nilai-pasar-kosmetik-nasional-capai-rp-158-triliun-pada-2026>
- Bisnis.com. (2026). Pangsa pasar e-commerce 2025: Shopee, TikTok gerus Bukalapak, Blibli, dan Lazada. <https://teknologi.bisnis.com/read/20260516/84/1974139/pangsa-pasar-e-commerce-2025-shopee-tiktok-gerus-bukalapak-blibli-dan-lazada>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing*.
- CNBC Indonesia. (2025). 229,4 juta warga RI sudah terhubung internet, ini data terbaru 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20250806142256-37-655596/2294-juta-warga-ri-sudah-terhubung-internet-ini-data-terbaru-2025>
- Compas. (2024). Tren penjualan paket kecantikan periode Q1 2024. <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- DataIndonesia.id. (2025). Jumlah pengguna TikTok di Indonesia tembus 222,6 juta, tertinggi di dunia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-2226-juta-tertinggi-di-dunia>
- Dataloka. (2025). Potret terbaru penetrasi internet di Indonesia 2025. <https://dataloka.id/humaniora/4421/potret-terbaru-penetrasi-internet-di-indonesia-2025-pulau-jawa-tertinggi-maluku-papua-terendah/>
- Dewiku. (2025). Finally Found You rilis skincare presisi tinggi. <https://www.dewiku.com/ragam/2025/10/06/143626/tiga-tahun-booming-finally-found-you-rilis-skincare-presisi-tinggi-the-ultimate-concentrates>
- Djatajuma. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Jakarta Selatan [Skripsi, Universitas Nasional]. <https://repository.unas.ac.id/id/eprint/6405/>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*.

- GoodStats. (2025a). E-commerce paling sering diakses 2025: Shopee masih juara. <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>
- GoodStats. (2025b). 10 brand paket kecantikan terlaris di Shopee Indonesia Q3 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-paket-kecantikan-terlaris-di-shopee-indonesia-q3-2025-mana-favoritmu-hEiuO>
- GoodStats. (2025c). 10 brand paket kecantikan terlaris di Shopee Indonesia Q4 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-paket-kecantikan-terlaris-di-shopee-indonesia-q4-2025-mana-favoritmu-KH6qk>
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). *e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context* *. 23, 5–23.
- Gizmologi. (2024). Riset Kompas 2024: Paket kecantikan. <https://gizmologi.id/news/tren/riset-kompas-2024-paket-kecantika/>
- Hennig-thurau, T., Eifler, V., Hennig-thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?* 18(1). <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). Cosmetic Day: Kemenperin antarkan industri kosmetik nasional jadi pemain utama pasar global. <https://ikm.kemenperin.go.id/cosmetic-day-kemenperin-antarkan-industri-kosmetik-nasional-jadi-pemain-utama-pasar-global>
- Ki, C. W. C., Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). *Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs*. 0–39.
- Kompas.com. (2025). 10 media sosial terpopuler di Indonesia 2025, TikTok dan WhatsApp mendominasi. <https://tekno.kompas.com/read/2025/12/04/12350007/10-media-sosial-terpopuler-di-indonesia-2025-tiktok-dan-whatsapp-mendominasi>
- Kompas. (2025). Surabaya jadi target pasar penjualan produk skincare lokal. <https://surabaya.kompas.com/read/2025/02/07/222547678/surabaya-jadi-target-pasar-penjualan-produk-skincare-lokal>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing Eighteen Edition*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management (Sixteenth Edition)*.
- KURNIAWAN, A. D. (2024). Pengaruh Workload dan Social Support terhadap Burnout Tallyman dengan Employee Motivation sebagai Moderasi di PT Tanjung Emas Daya Sejahtera. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5.

- Nagvanshi, S., Neha Gupta, & Sapna Popli. (2023). *Social Media Influencer Marketing toward Customers' Purchase Intention: A Case of Sustainable Cosmetic Brands*. 12(2), 81–95. <https://doi.org/10.17708/DRMJ.2023.v12n02a06>
- Reken, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek, N., & Hariyanti, D. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
- Rizqia, F. (2025). *The Influence of Electronic Word-of-Mouth, Brand ambassador, and Social Media Influencer on the Brand image of Scarlett Whitening By Faddara Rizqia*. 675, 0–1.
- Rodiah, R., Hijrani, A., Nayla, F., Vientiany, D., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *Manajemen pemasaran dalam organisasi*. 2(6), 732–743.
- Salsabila, H. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 722–732. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9789>
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). *Instagram and YouTube bloggers promote it , why should I buy ? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions*.
- Solikhah, L. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Marina*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Suara Merdeka Jatim. (2025). Penetrasi internet capai 81 persen lebih. <https://jatim.suaramerdeka.com/tekno/108815028050/penetrasi-internet-capai-81-persen-lebih-tri-optimalisasi-jaringan-di-jatim>
- Sudirman, A., Wardhana, D. (Cand) A., & Hartini, D. (2020). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*.
- Wulandari, R. P. (2022). *The Effect of Digital Marketing, Influencer, and Brand Image on Consumer Purchase Decisions of Somethinc in Jabodetabek*.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). *Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee*. 3(1), 55–69.