

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Putri, Y. (2021). 1404-Article Text-4043-publish.
- Agustin, N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. In KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Vol. 5, Issue 1).
- 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>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. Polyglot: Jurnal Ilmiah, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Antika, A., Lu, L. ', & Maknunah, U. (2023a). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar Angkatan 2019) The Effect Of Marketing Content On Interest Buy Tik Tok Shop Users. In Pembelajaran dan Ilmu Sosial (Vol. 1, Issue 3).
- Antika, A., Lu, L. ', & Maknunah, U. (2023b). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar Angkatan 2019) The Effect Of Marketing Content On Interest Buy Tik Tok Shop Users. In Pembelajaran dan Ilmu Sosial (Vol. 1, Issue 3).
- Ardana Putra, P. (2023). Pengaruh Influencer marketing, Content Marketing, Dan Online Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Shop Di Karanganyar.
- Arianto, B., Tinggi, S., & Dwimulya, I. E. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER ), 4(2), 132–146.
- Crystrie, D. A., & Sartika, H. (2022). Apakah Influencer Marketing berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Generasi Z? Jurnal Ilmiah Manajemen, 19(1). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.16700>

- Desy. (2021). Mengenal Sisi Positif dan Negatif dalam Penggunaan Skin Care. Ugm.Ac.Id.
- Duryadi. (2021). Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS.
- Dwitri Waluyo. (2024). Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air. Indonesia.Go.Id.
- Fatma, N., Fajri Irfan, N., Finatry Latiep, I., Amkop Makassar, S., & Digital, B. (2021). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. SEIKO : Journal of Management & Business, 4(2), 533–540. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1674>
- Fransiska, D. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Menentukan E-Commerce Terbaik Menggunakan Metode Weighted Product.
- Hair. (2019). Hair et al\_Multivariate data analysis (2005).pdf.
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2020). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik - Tok Di Wilayah DKI Jakarta. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023a). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023b). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIK-TOK DI WILAYAH DKI JAKARTA. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Monicha Usman, D., Hariasih, M., Pebrianggara, A., Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, F., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). Peran Influencer, Fitur Live Streaming dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote pada Aplikasi Tik Tok. 5, 3750.
- Mutia Annur, C. (2024). TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024 Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024).

- Nanda Sadevia, N., Eka Artika, I. B., & Satriawan. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Shopee.
- Nefrida, Riati, & Mustofa, R. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru) (Nefrida; Riati; Riyadi Mustofa) (Vol. 1, Issue 2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social->
- Ni Putu, A. D. (2023). 4.+Dewi+et+al+(178-190).
- Nur Atika, R., Haidar, K., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Mulawarman, U. (n.d.). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 2024. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Nurhamidah, I. A. (2022). The Effect of Influencer Marketing on Purchase Decision at Baso Aci Akang in Bandung, Indonesia Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(3), 81–89. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Pasaribu, A. F. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. 10(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Prabhmanik Faddila, H. H. (2023). Factor Analysis And Process Of Forming The Quality Of Samsung Online Smartphone Advertising. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021a). Metode-Penelitian-Kuantitatif.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021b). Metode-Penelitian-Kuantitatif.
- Putri, M. K., & Dermawan, R. (2023). Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Purchase Intention of Somethinc Products on TikTok Gen Z Users in Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1663–1672. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5437>

- Putri Warganegara, T. L., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 521–529.
- Rahmawati, A., Padmantlyo, S., Setyawan, A. A., Yani, J. A., Pos, T., & Sukoharjo, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital, Kepercayaan Pada Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Lokal.
- Retno Hariatiningsih, L. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Rianto Rahadi, D. (2023). Pengaruh Partial Least Squares Strutural Equation Model (PLS-SEM) 2023. <https://www.researchgate.net/publication/372827232>
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada Pegipegi Di Surabaya.
- Tuyu, V., & Moniharapon, S. (2022). Online (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado) The Effect Of Online Advertising And E-Wom On Online Product Purchase Decisions (Study On Consumer Bag Store Manado). 10(3), 526–537.
- Ulfa, R. (2021). 44-Article Text-99-1-10-20210415.
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Yoga Prasetya, A., Dwi Astono, A., Ristianawati, Y., Manajemen, P., & Totalwin, S. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2).
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Zaki, M., & Saiman. (2021). 216-Article Text-691-1-10-20210316.