

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal :

- Aliyanti, F. E., & Moumtaza, F. Z. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image* Pada Aplikasi *Tiktok* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim. *Ajie*, 07, 14–22. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art3>
- Angella, T., & Rahmadi, M. (2020). *Analisis Review Beauty Vlogger , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Analysis Of Beauty Vlogger Reviews , Product Quality , And Price On Buying Interest. Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 7(Juni), 18–32.
- Angraeni, B. (n.d.). Mattalatta.(2019). *Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchasing Decisions. Maneggio: Master Of Management Scientific Journal*, 4(1), 39–50.
- As' Ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2019). *The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity: An Empirical Study On Mobile Service Providers In Jordan. Review Of Integrative Business And Economics Research*, 3(1), 315.
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Fachry, F. (2020). Batik Karawang Di Ramayana Mall , Karawang *The Influence Of Pembelian Batik Karawang. Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.
- Fauzi, D. H., & Mileva, L. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.
- Fitriah, F., Yuliani, I., & Parlina, T. (2023). Pengaruh *Beauty Vlogger, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Masyarakat Di Kalimantan Timur. Borneo Islamic Finance And Economics Journal*, 3(1), 68–76. <https://doi.org/10.21093/bifej.v3i1.6964>
- Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh *Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Journal Of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Khoir, A., & Chairy, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Khusus Pria Di *Online Shop Elvicto.Id*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 123.
- Labesi, S. C. (2019). Pengaruh *Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pajero Pada Pt. Makassar Mandiri Putra Utama*.

- Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(3), 3778–3787.
- Luh, N., Ayu, P., Devi, S., Fina, V., Rettobjaan, C., & Widnyani, N. M. (2024). *The Influence Of Product Design And Beauty Vlogger Review On Serum Products Purchasing Decisions*. 02(09), 1706–1711.
- Masruroh, R., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh *Beauty Vlogger Review* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kosmetik *Maybelline* Di Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(1), 716–722.
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). *The Effect Of Social Media Marketing Tiktok And Product Quality Towards Purchase Intention*. *Journal Of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen *Domino's Pizza* Deltasari Sidoarjo). Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. Jurnal Ilmiah Perkusi, 1(2), 291–296.
- Nurviah, O., & Sarasati, B. (2021). *The Influence Of Beauty Vloggers On Purchasing Decisions Involving Skin Care Products*. *Kne Social Sciences*, 2020, 65–79. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i15.8191>
- Pangemanan, C., Lopian, S., Gunawan, E., Emaeli Pangemanan, C., Joyce Lopian, S., Gunawan, E., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). *The Effect Of Celebrity Endorser And Online Promotion On Online Purchase Decision Of Maybelline Cosmetics Products In Manado City Oleh*. *Jurnal Emba*, 10(4), 434–443.
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3), 1376–1383.
- Ponto, C. . R. I., Kalangi, J. . A. F., & Aseloei, S. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Garnier* Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, 4(5), 684–690.

- Putra, E. (2021). Pengaruh *Beauty Vlogger* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kinali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1253–1263. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.3033>
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran *Social Media Marketing, Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik *Madame Gie* Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.894>
- Saputri, N., & Hikmah, K. (2023). *The Effects Of Brand Image, Review Beauty Vlogger, And Product Quality On Purchase Decisions For Wardah Cosmetics. Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 28. <https://doi.org/10.22441/indikator.v7i2.18466>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan *Review Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *AmongMakarti*, 15(1), 65–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Siregar, W. S., Margareth, C. C., & Fitri, N. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett*. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 665–674.
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.
- Suardhika, I. N., Rihayana, I. G., & Krisnayanti, N. M. A. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Image* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 253–264.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metodepenelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Sugiyono. Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324>, 4.
- Syakinah, W., & Adlina, H. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing, Online Consumer Review* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Somethinc* (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Medan). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 163–170. <https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.37553>
- Ulul Azmi, Efriyani Sumastuti, & Bayu Kurniawan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Di *Marketplace*. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 285–297. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1845>
- Wardani, P. E., Kriestian, A., & Adhi, N. (2022). *The Influence Of Brand Ambassador, Country Of Origin, And Brand Image On Purchase Decisions Of Skincare Products. Asian Journal Of Entrepreneurship*, 3(3), 88–98. <https://doi.org/10.55057/aje.2022.3.3.8>
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Dan

Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology And Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 6(1), 138.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>

Wunu, L. A. S. (2024). *The Effects Of Social Media Marketing, Lifestyle, And Brand Trust On Decisions Purchase Ms Glow Products In Yogyakarta*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 3834–3842.

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh *Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk mcdonald's*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Volume 5,(1), 69–79.

Buku :

- Ambrose, E. J., Barritt, A., Brooks, L., Hauke, A., Howell, K. A., Perez, M. V., Sagir, F., Wilson, A., & Zitzelsberger, F. (2020). *Makeup In The World Of Beauty Vlogging: Community, Commerce, And Culture*. Rowman & Littlefield.
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., Suyatno, A., & Fadillah, M. I. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Duyen, T. N. M. (2016). *Beauty Bloggers' Influence On Vietnamese Young Consumers. Unpublished Master's Thesis*. Saimaa University Of Applied Sciences.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunelius, S. (2011). *Content Marketing For Dummies*. John Wiley & Sons.
- Hanan, K. (2020). *Manajemen Pemasaran & Promosi Bisnis*. Kalam Hanan.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.
- Junaidi, J., & Areon, R. (2023). *Manajemen Teori, Manfaat Dan Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi*.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing* Prentice Hall. England: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management: European Edition*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*.
- Nadirah, S. P., Pramana, A. D. R., & Zari, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian Dengan Mendeley Dan Nvivo)*. CV. Azka Pustaka.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, K., Susilawati, E., Yusran, R. R., & Juminawati, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*.

- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Terpadu Dalam Periklanan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono 2019. (2018). Sugiyono- Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo (Ed.); Edisi Kedua). Alfabeta. Metode Penelitian, 32–41.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
- Tjiptono Fandy, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). Promosi Penjualan Untuk Membangun *Electronic Word Of Mouth* Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian. Penerbit Lakeisha.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management In The Digital Era-Edisi Indonesia*.
- Yoyo Sudaryo, S. E., MM, M., Nunung Ayu Sofiati Efi, S. P., Mohamad Arfiman Yosep, S. E., Budi Nurdiansyah, S. T., & SE, M. H. (2020). *Digital Marketing Dan Fintech Di Indonesia*. Penerbit Andi.

Web :

- Anggreini, M. (2022). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 3(1), 10–27.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Anjani, N. W. R. (2024). Pengaruh *Lifestyle, Brand Image, Dan Social Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *E-Commerce Zalora* Di Kota Denpasar. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Dewi, L. G. P. S. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador Raline Shah, Brand Image Dan Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Shampoo Pantene* Di Surabaya. 01023, 8–22.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, And Brand Awareness On Purchase Decision Of Pantene Shampoo In Surabaya, Indonesia. SHS Web Of Conferences*, 76, 1023.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Vol 2 Nomor 2 Februari 2021 28 Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi *E-Word Of Mouth* Pada *Givanda Store* Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(2), 28–42. www.validnews.id,
- DWI, A. W. (2019). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Produk Batik Mukti Rahayu” Di Kabupaten Magetan. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Farook, F. S., & Abeysekara, N. (2016). *Influence Of Social Media Marketing On Customer Engagement. International Journal Of Business And Management Invention ISSN*, 5(12), 115–125. www.ijbmi.org
- Fatila, A. N. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Malang). *Manajemen*, 11(12), 25.
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15557>
- Gabrielle, N., & Harjati, L. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Manajemen Pemasaran*, 8(1), 55–70.
<https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/590>
- Irvan, I., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, dan Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda. 222–228.
- Kambali, I., & Masitoh K. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–10.
- Mishaël. (2021). Pengaruh *Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Komputer Merek *Rexus*. *Angewandte Chemie International Edition*, 3(1), 10–27.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Mulyana, M., Hariyanto, D., & Supriadi, F. (2017). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Lemari Es *Sharp* Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(1).
- Nailufar, S. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Minat Beli Penumpang Pada Maskapai Citilink Rute Pontianak–Surabaya. *STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*.
- Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 1–20. <http://repositori.unsil.ac.id/10374/13/13>.
- Tiara, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Beauty Vlogger*, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik *Maybelline Superstay Matte Ink* Di Kabupaten Kebumen. Universitas Putra Bangsa.
- Trianziani, S. (2020). *View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk*. 4(November), 274–282.
- Wahyuningsih, S., Afrilzal, Rikasari, K., Ilham Dzikri, M., & Bintarti, S. (2023). Peran Promosi Dalam Memoderasi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah). *Prosising Semanis : Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 1, 449–459.
- Zainal Arifin, S. E., Yoes, S. E., Sarwo Eddy Wibowo, M. M., Angellia, F., Kom, S., MSI, M., Pranawukir, I., Kom, M. I., Cindrakasih, R. R. R., & SH, M. I. (2023). *Bisnis Digital Digital Marketing Saat Ini (Kemampuan Digital Marketing Dengan Menguasai Digital Konten Spesialist Pada Masa Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.