

DAFTAR PUSTAKA

- Purwita Sari, U. (2023). Pengaruh Label “Tasya Farasya Approved” pada Katalog Produk Luxcrime Blur and Cover Two Way Cake di Shopee Terhadap Minat Beli yang Dimoderasi Brand Awareness (Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Delivia Mandala Putri, F. A. Z. (2024). Pengaruh Tasya Farasya sebagai Influencer Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus: Followers Instagram Skintificid). Skripsi, Universitas
- Victoria, F. P. (2022). Pengaruh Influencer Review Tasya Farasya pada Aneka Kosmetik di Instagram Terhadap Minat Beli. Skripsi, Universitas.
- Ilham, I. (2020). Pengaruh Influencer Review pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Wardah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017. Skripsi, Universitas.
- Kurniawan, D. M. (2023). Pengaruh Beauty Influencer TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline New York (Studi pada Penonton Video TikTok Laura Siburian). Skripsi, Universitas Lampung.
- Fathiyyah, D., & Estaswara, H. (2024). Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Mother of Pearl di Kalangan Pengikut Instagram @tasyafarasya. Jurnal Publish, 3(2).
- Jannah, M., Kambolong, M., & Ningtyas, C. P. (2023). Pengaruh Beauty Influencer Tasya Farasya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik PT. Paragon Technology Innovation. Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis, 8(2).
- Konita, L. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Tangerang Selatan. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis, 1(1).
- Fakhira, N. V., Kastaman, R., & Pujianto, T. (2022). Peran Influencer Pada Media Sosial Instagram dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Frutivez. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 8(2).