

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Djufrie, M. A. Pengaruh Product Knowledge, Harga Produk, Dan Product Packaging Design Terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Artfresh. *Jurnal LManajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol.6 No.5. (2022).
- AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. Examining the impact of influencers' credibility dimensions: attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. *Review of International Business and Strategy*, (31(3)). (2021).
<https://www.researchgate.net/publication/349041056>
- Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, Vol.3(No.1). (2025).
- Anindya, F., & Indriastuti, H. The Rise of Viral Marketing and Brand Awareness Influence Purchase Decisions Of Somethinc Products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol.7(No.1). (2023).
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/8176>
- Aprilia, A., & Muzdalifah, L. Peran trust dalam memediasi antara viral marketing dan celebrity endorse terhadap purchase decision pada produk Ms. Glow (Studi kasus di Shopee JUSTMSGLOW). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol.9 No.2. (2023).
- Antoro, B. Analisis Penerapan Formula Slovin Dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, Dan Kesalahan Dalam Perspektif Statistik. *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora*, Vol.1(No.2). (2024).
- Arum, L. S., Amira Zahrani, & Duha, N. A. Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, Vol.2(No.1). (2023).
- Ayu, J. N. R. Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 2(1). (2020).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis

Kelamin Tahun 2023. <https://www.bps.go.id/id> (2023).

- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, Vol.1*(No.1). (2020).
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. Dampak gender pada pembelian produk perawatan wajah di negara beriklim tropis. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 368–382. (2023).
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, Vol.4*(No.2). (2020).
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR), Vol.1*(No.5). (2023).
- Dinawan, M. R. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3). (2010).
- Duryadi. Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis dan Analisis Smart PLS). In *Semarang: Yayasan Prima Agus teknik, STEKOM*. (2021).
- Fadli, S. A. R., Ibrahim, R., & Hatu, D. R. R. Gaya hidup mahasiswi konsumtif dalam penggunaan produk kecantikan pada mahasiswi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol.1 No.1. (2023).
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol.3(No.1). (2022).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2). (2021).

- Firmansyah, A. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). *Cv Budi Utama*. Deepublish. (2018).
- Firmansyah, A. Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Surabaya:Qiara Media*. (2019).
- Firmansyah, A. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. (2019).
- Gandhawangi, S. *Peluang Pasar Skincare Pria di Indonesia Masih Besar*. Kompas.Id. (2024).
- Ghozali & Latan, H. Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. UNDIP, Semarang. (2015)
- Haque-Fawzi, M. G. Strategi Pemasaran. In *Pascal Books:Tangerang Selatan*. (2022).
- Hardani. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Pustaka Ilmu Group Yogyakarta*. (2020).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, Vol.15(No.1). (2018).
- Heriyanti, E. *Modul Pelatihan Metode Penelitian Kuantitatif dengan Aplikasi SMARTPLS*. (2020).
- Hussein, A. S. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*. (2015).
- Indrasari, M. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. (2019).
- Irawan, P. R., Abdillah, & Taryanto. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol.3(No.2). (2022).
- Irawanti, G. Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, Vol.9(No.2). (2024).

- Juliandi, A. Structural Equation Model based Partial Least Square SEM-PLS menggunakan SmartPLS. *Jurnal Pelatihan SEM-PLS*. Universitas Batam. (2018).
- Khalis, N., Liong, H., & Suryani, A. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Kabupaten Soppeng. Vol.1(No.1)*. (2024).
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Principle of Marketing Edisi 14*. (2014).
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Principle of Marketing Edisi 17*. (2018).
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Erlangga (ed.); Edisi 12 J). Jakarta. (2019).
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*. (2020).
- Kotler, P., & Keller., K. L. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta. (2019).
- Kotler, P & Keller, K. L. *Marketing Management*. Edisi 15 Ebook: Pearson. (2016).
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. (2006).
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks. (2018).
- Kuhri, A. Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas produk, Harga, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating. In *Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*. (2020).
- Kusumadjaja, L. The Impact of Viral Marketing Through social media on BCD's Consumer Brand Knowledge. *IBuss Management, Vo.2(No.2)*. (2014).
<https://www.neliti.com/publications/183225/the-impact-of-viral-marketing-through-social-media-on-bcd-s-consumer-brand-knowl>

- Lubis, P. U., & Kurniawati, D. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Kosmetik Maybelline Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening di Kota Pekanbaru. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, Vol.20(No.2). (2023).
- Maharani, R. A., & Achmad, N. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Journal : Jesya*, Vol.7(No.1). (2024).
- Mahendra, A. R., & Sriminari, N. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Binis Dan Manajemen*, 10(2). (2025).
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. *Jurnal Ilmiah Society*, Vol.1(No.1). (2021).
- Marasabessy, R. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, Vol.4(No.7). (2025).
- Miati, I. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, Vol.1(No.2). (2020).
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto. *Jurnal Matua*, Vol.3(No.1). (2021).
- Nabila, J., & Azijah, N. Pengaruh Brand Image dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening: Studi pada Followers Akun TikTok @Skintific_id. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, Vol.4(No.3). (2024).
- Pardianti, M. S., & S, V. V. Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2). (2022).
- Parsaoran, I., & Wibasuri, A. Pengaruh Konten Marketing dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Skincare Moell melalui Brand Image. Vol.6(No.1). (2025).

- Peter, P. J., & Olson, J. C. Consumer Behavior & Marketing Strategy. In *Mc Graw* (9th ed.). McGraw-Hill/Irwin. (2010).
- Peter, P. J., & Olson, J. C. Consumer Behavior & Marketing Strategy. *Mc Graw* (9th). Buku 2, Penerbit Salemba Empat Jakarta. (2012).
- Prasetyo, A. N., & Indriani, F. Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan Disclosure Of Sponsorship Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Brand Attitude Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Generasi Z di Instagram). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5). (2022).
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.11(No.1). (2022).
- Putri, L. D. R., & Selviana, S. Hubungan Kualitas Produk dan Brand Image dengan Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Di Jabodetabek. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, Vol.3(No.1). (2023).
- Rambling, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. Analisis Brand Image, Brand Trust dan Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.11(No.3). (2023).
- Ramdhani, R. F., Rahmawati, E. D., & Suyatno, A. Pengaruh Video Content dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktok dengan Customer Trust sebagai Intervening. Vol.1(No.1). (2024).
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol.3(No.1). (2025).
- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti. Manajemen Pemasaran Bisnis. Putra Media Nusantara, Surabaya. (2023).
- Roflin, E. *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. PT.Nasya Expanding Management, Jawa Tengah. (2021).

- Sanita, S., Kusniawati, A., & Lestari, M. N. Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image terhadap Purchase Intention. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3). (2019).
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media, Tangerang. (2021).
- Saputra, I. K. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. Brand Image, Product Knowledge, Dan Electronic Word of Mouth Berpengaruh Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(3). (2020).
- Saputra, W. E. Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Salatiga degan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Produk Scarlett di Salatiga). *Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*. (2022).
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN (TEORI DAN PRAKTIK)*. (2024).
- Setyaningsih, F. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.10(No.1). (2021).
- Shanjaya, I. A., Munarsih, M., & Harsono, Y. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kemeja Pria Merek Buon Giorno. *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol.11(No.1). (2023).
- Sihombing, J. S. F., & Adlina, H. Pengaruh Celebrity Endorser (Sehun), Brand Trust , dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab (Studi Pemasaran Produk Whitelab Pada Followers Instagram @ Whitelab.Id). *Jurnal : EBisnis Manajemen*, Vol.2(No.2). (2024).
- Sudirman, I., & Musa, M. I. *Strategi Pemasaran*. (2023).
- Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2). (2018).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet, Bandung. (2023).

Sahir, S. H. *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia. (2022).

Tauficqurrahman. Cara Hitung Kuersioner pada Skala Likert. <https://saintekmu.ac.id/myblog/taufiqqurrachman/read/cara-hitung-kuesioner-pada-skala-likert> (2022).

Trihudyatmanto, M. Efek Life Style dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi oleh Variabel Brand Image. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, Vol.3(No.6). (2023).

Utomo, S. B., Nurhayaty, E., & Harsono, P. Analisis Pengaruh Country of Origin dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Pembelian melalui Evaluasi Produk (Studi Kasus: Distributor Elektronik Maspion). *Jurnal EMT KITA*, 7(4). (2023).

Van der Bend, D. L. M., Gijsman, N., Bucher, T., Shrewsbury, V. A., van Trijp, H., & van Kleef, E. The effects of sponsorship disclosure in TikTok influencer marketing videos with different product integration levels on adolescents' persuasion knowledge and brand outcomes. *Computers in Human Behavior*, Vol. 144. (2023).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563223000742>

Wahyuni, S., & Saifudin. Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Journal of Management and Sharia Business*, 3(1). (2023).

Wahyudi, S. T., Statistika Ekonomi: Konsep, Teori dan Penerapan. UB Press, Malang. (2017).

Wardhana, A. *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (PhD Mahir Pradana). (2024).

Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, Vol.3(No.1). (2023).

Yusuf, A. The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, Vol.4(No.1). (2021).

Zainurossalamia, S. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik*. (2021).

Zusrony, E. Perilaku konsumen Di Era Modern. *Jakarta: Indeks*. (2008).