

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Samudra, J. P., Sherley, Veren, dan Liang, W. 2021. Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. **Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial**, Vol. 5: hlm 24.
- Apsari, A. P., dan Maulana, A. 2024. Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Make Over Tahun 2023. **Ilmiah Wahana Pendidikan**. Vol. 10 (4): hlm 36.
- Babac, R. 2011. *Impact of Social Media Use on Brand Equity of Magazine Brands: a Qualitative Study of Vogue Turkey*. **International Marketing**. 7.
- Basuki, A. T., dan Prawoto, N. 2016. **Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews**. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Bate'e, M. M. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. **Ekonomi & Ekonomi Syariah**. Vol. 2 (2): hlm 324.
- Berselli, S., Burger, S., and Close, J. 2012. *Crisis Mapping Community Social Media Information During and After Large-Scale Disasters In Victoria*. **Unpubilshed Master Thesis**. 11.
- Bilgin, Y. 2018. *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty*. **Business & Management Studies: An International Journal**. Vol. 6: hlm 128-148.
- Cheah, J. H., Ting, H., Cham, T. H., and Memon, M. A. 2019. *The Effect Of Selfie Promotion And Celebrity Endorsed Advertisement On Decision-Making Processes: A Model Comparison*. **Jurnal Internet Research**. 552-577.
- Febriana, V. 2023. Pengaruh *Celebrity Endorsement Vs Influencer Endorsement* Di Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Pada Brand Make Over. **Tugas Talenta Unggul** Program Studi Manajemen. **(tidak dipublikasikan)**.
- Fimela, 2023. Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal. Fimela.com: <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal?page=4>. 23 Februari 2024.
- Forbes, K. 2016. *Examining The Beauty Industry's Use Of Social Influencers*. **Elon Journal of Undergraduate Research in Communication**. Vol. 7 (2): hlm 80.

- Ghozali, I. 2019. **Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif**. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2021. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10**. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haasiani, N. 2022. Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing. *Compas*: <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>. 19 Maret 2024.
- Hafiidh, J. K. 2022. Pengaruh Peran *Influencer* Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Produk Erigo Di Kalangan Generasi Z. **Skripsi** pada Program Studi Manajemen. **(tidak dipublikasikan)**.
- Herviani , V., Hadi, P., dan Nobelson. 2020. Analisis Pengaruh *Brand Trust*, *E-Wom* dan Social Media *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. **Manajemen Bisnis, Ekonomi, dan Akuntansi**. Vol. 1: hlm 1354.
- Indrawati , F., Julianto, D. E., dan Handini, Y. D. 2023. Pengaruh Sosial Media Marketing dan *Influencer* Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Jember). **Jurnal Strategi Bisnis**. 82.
- Indriyani, R., dan Suri, A. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen dan Produk Fast Fashion. **Jurnal Manajemen Pemasaran**. Vol. 14 (1): hlm 25-34.
- Ismail, M. I., dan Ilyas, N. I. 2023. **Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif**. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Khairunnisa, A. S., 2024. Analisis Pengaruh *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* dan Make Up di Kalangan Gen Z. **Jurnal Mahasiswa Kreatif**. Vol. 2 (3): hlm 19-30.
- Kholidah, N., dan Arifiyanto, M. 2020. **Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal**. Penerbit NEM.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2019. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Kumbara, V. B. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. **Jurnal Ilmu Manajemen Terapan**. Vol. 2: hlm 606.
- Make Over. 2024. Make Over. <https://www.makeoverforall.com/>. 13 Mei 2024
- Muhamad, N. 2023. Influencer Lokal Sangat Memengaruhi Konsumen Perempuan dalam Memilih Produk Kecantikan. *Kadata Media Network*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/influencer-lokal->

sangat-memengaruhi-konsumen-perempuan-dalam-memilih-produk-kecantikan. 1 Maret 2024.

- Nasrullah, R. 2019. **Teori dan Riset Khalayak Media**. Prenada Media.
- Nisa, R. R. 2019. Pengaruh Sosial Media *Influencer* Dan *Trustworthiness* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza). **Jurnal Pendidikan Tata Niaga**. Vol. 7 (2): hlm 480.
- Nuraini, A., dan Aulia, P. 2024. Pengaruh *Beauty Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Make Over Di Kota Bandung (Studi Kasus Tasya Farasya). **Management Studies and Entrepreneurship Journal**. Vol 5 (1): hlm 2585-2594.
- Populix. 2022. Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal. Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>. 19 Maret 2024.
- Pradana, D., Hidayah, S., dan Rahmawati. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor. **Ekonomi dan Bisnis**. Vol. 14 (1): hlm 18.
- Putri, C. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. **Manajemen dan Start-Up Bisnis**. Vol. 1 (5): hlm 600.
- Rumman, A. H., dan Alhadid, A. Y. 2014. *The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity: An Emprical Study On Mobile Service Providers In Jordan*. **Integrative Business and Economics**.
- Salsabilah, T. N., dan Ardiansyah, T. 2023. Pengaruh *Influencer* serta Media Sosial Tiktok dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Putro Solo. **Jurnal Usaha**. Vol. 4 (2): hlm 11.
- Sudarsono, H. 2020. **Manajemen Pemasaran**. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2018. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono, dan Susanto, A. 2017. **Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2022. **Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif**. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Taprial, V., dan Kanwar, P. 2012. **Understanding Social Media**. United States: Ventus Publishing.

- Yogesh, F., and Yesha, M. 2014. *Effect of Social Media On Purchase Decision*. ***Pacific Business Review International***.
- Yusuf, A. M. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan**. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Zukhrufani, A., dan Zakiy, M. 2019. *The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image, And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. ***Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam***. Vol 5 (2): hlm 168-180.