

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2024). Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Strategi Skimming Pricing dan Peningkatan Store Image pada Produk Iphone. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 2(1), 21-27. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.384>
- Anjani, F. A., & Sinulingga, N. A. B. (2020). *The Influence of Product, Price, Place and Promotion on Intention to Purchase Housing at PT Rahmat Cahaya Ansari*. *Journal of Economics and ...*, 1(1), 35–43.
- Chao, J. (2021). *Skincare for your soul: Achieving outer beauty and inner peace with korean skincare*. Mango Media Inc..
- Chen, J.-L., & Dermawan, A. (2020). *The Influence of YouTube Beauty Vloggers on Indonesian Consumers' Purchase Intention of Local Cosmetic Products*. *International Journal of Business and Management*, 15(5), 100. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n5p100>
- Dwi Santy, R., Sabila Suryani, E., Itfilarasati, S., Situmorang, R., & Saputra, H. (2021). Dampak teknologi pada pola komunikasi bisnis. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(3). <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.474>
- Dwitari, D. M., & Kusdibyo, L. (2019, August). Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 686-696). <https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1498>
- Devia Setiawati, & Putu Nina Madiawati (2020). MINAT BELI KONSUMEN MELALUI APLIKASI TIX ID YANG DIPENGARUHI OLEH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, DAN E-SERVICE QUALITY. *Jurisma : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 119–126. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v10i2.2770>
- Diah Loka Atnasari et.al (2022). PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY LAPTOP ACER PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA. 11(5). <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i5.54786>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Wang, Y. (2021). *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions*. *International journal of information management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.
- Firmansyah. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In Buku Pemasaran Produk dan Merek. C.V Penerbit Qiara Media.
- Ginting, M. (2019). Perilaku Konsumen. <https://doi.org/10.37531/yum.v4i3.1498>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Handayani, W., & Sihananto, A. N. (2023). Social Media Marketing Maintains Business Existence. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 76-81. <https://doi.org/10.11594/nstp.2023.3312>
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), 92-101. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.290>
- Hutabarat, J. R. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur). <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4256>
- Iffan, M. (2020, January). Marketing Approach on Competitive Advantage of Online-Based Public Transportation. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 85-88). Atlantis Press. [10.2991/aebmr.k.200108.021](https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200108.021)
- Intansari, M., & Muslichah, I. (2022). Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Minat Beli Konsumen pada Kosmetik Ramah Lingkungan di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 220–236. <https://orcid.org/0000-0002-9267-3100>
- Isyanto, P., Sapitri, R. G., & Sinaga, O. (2020). *Micro influencers marketing and brand image to purchase intention of cosmetic products focallure. Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601-605. DOI: 10.5530/srp.2020.1.75
- Jafrizal, J. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah* <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.396>

- Keni, K., & Esmeralda, V. S. (2021). Brand Personality as a Predictor of Consumer Brand Relationship. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 206-221. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.736>
- Khanom, M. T. (2023). Using social media marketing in the digital era: A necessity or a choice. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(3), 88-98. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2507>
- Luckyardi, S., & Apriliani, D. A. (2022). Pemasaran Kuliner Indonesia Berbasis Digital Marketing sebagai Sarana Gastro Diplomasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 282-291. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.968>
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan electronic word of mouth terhadap minat beli online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139-150. <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>
- Maria, & Tri Widayati. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3801>
- Mega Rachma Kurniaputri. (2020). Brand equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. 6(3), 450–450. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>
- Megawati, M. (2023, March). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN* (Vol. 12, No. 2, pp. 414-424). <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i2.4657>
- Munir, M., & Putri, A. F. W. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Ulang Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo di Surabaya. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(3), 88-93. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v2i3.341>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M. B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Penerbit Andi. ISBN. 6230103192, 9786230103193
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi. Penerbit Andi.
- Nurhayati, A. (2021). Analisis Implementasi Visual Storytelling Marketing dan Brand Trust Serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Di Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 108-116. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.242>

- Novita, D., & Husna, N. (2020). *The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services*. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40-42. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.840>
- Oktriyanto, B., Listya Budiarto, G., Oktavianus Siahaan, S., & Sanny, L. (2021). *Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia*. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 6815–6822. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5548>
- Palda, A. I., Iisnawati, I., & Yunita, D. (2024). Pengaruh Content Creation, Content Sharing, Connecting dan Community Building terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3D Stable Equestrian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 100-112. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1618>
- Pangestika, E. B. D., Nyangun, D. F. N. H., Manin, V. T., & Krismawintari, N. P. D. (2023). PERBEDAAN SIKAP DAN ORIENTASI GENDER TERHADAP PENGGUNAAN SKINCARE. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 6). <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/view/283>
- Pebriyanti, E., & Kusmayadi, O. (2022). *Brand Ambassador and Brand Personality on Decision to Purchase Nature Republic in Karawang*. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 83-90. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i1.1565>
- Pramono, Adelia Sinta Ayu dan Pradana, Mahir (2022). The Influence of Social Media Marketing Tiktok on Brand Awareness and Purchase Interest (Case Study: Sociolla). *eProceeding of Management : Vol.9, No.2 April 2022*.
- Putri, G. A. A. W. P., & Jatra, I. M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repurchase Intention dengan Brand Image Sebagai Mediasi. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 85-103. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2402>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop:(Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 406-417. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391>
- Renawati, D., Juliawati, P., & Dwijayanti, A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk

- Kanzler. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 209-224.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1933>
- Ribek, P. K., Mirayani, L. P. M., Putri, N. K. A. D., Suswandayana, I. K. A., & Permadi, I. K. O. (2024). PENGARUH TEKNOLOGI, BRAND AWARENESS, DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA USAHA MAKANAN TRADISIONAL DI BALI. *Jurnal Bakti Saraswati (JBS): Media Publikasi Penelitian dan Penerapan Ipteks*, 13(1), 102-110.
<https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/baktisaraswati/article/view/9044/6871>
- Rijitha, R. (2021). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Intention. In *International Conference on Contemporary Media Persuasive Technologoy and Psychology of Visual Communication* (pp. 100-119).
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 57-66.
<https://doi.org/10.37715/jee.v9i2.1340>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- Setiana, A. C. (2021). *The effectiveness of using paid advertisements on Instagram to increase sales at Grooveart Music Course*. *REVIEW OF MANAGEMENT, ACCOUNTING, AND BUSINESS STUDIES*, 2(2), 82-90. <https://doi.org/10.38043/revenue.v2i2.3765>
- Shalsabillah, S., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan Terhadap Minat Beli Pada Perumahan Annieland Cisoka Tangerang. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 381-404. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.277>
- Simorangkir, H. N., Maulana, A., Amin, M. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(2).
- SIMBOLON, PEMIL S.M. (2022). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN SALES PROMOTION TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE. Uhn.ac.id.
<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6456>

- Sutanto, A. (2022). PENGARUH MINAT KONSUMEN CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA AMBOH MOTOR DI WILAYAH TANGERANG (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma). <https://repositori.buddhidharma.ac.id/1302/>
- Umi, Narimawati; Jonathan Sarwono; Dadang Munawar; Marlina Budhiningtias Winanti. 2020. Metode Penelitian dalam Implementasi ragam Analisis. Yogyakarta: Andi.
- wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Yohandi, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182-186. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>