

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, F., Muhajirin, & Yusuf, M. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Foodbox Bima. *Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 3(1), 30-37.
- Aramuda, C., T., T., & Walangitan, O. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor NMAXX di PT Hasjrat Abdi SPA Bitung. *Jurnal Pemasaran*, 4, 526-531.
- Fasha, A. F., & Robi, W. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Tinjauan Literatur Manajemen Pemasaran. *JMPIS*, 3(1), 30-42.
- Garnier. (2025, Mei Kamis). *Micellar Water Pembersih Wajah untuk Setiap Kebutuhan Kulitmu!* Retrieved from Garnier: <https://www.garnier.co.id/micellar-water>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hayes, F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach (2nd ed.)*. New York: The Guildford Press.
- Katamso, T. H. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *Master Manajemen*, 2(2), 165-183.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, P. (2018). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Le, L., Flores, G., Edejer, T., Tran, T., Nguyen, C., Tran, D., & al, & e. (2020). Investigating the effect of recall priode on estimates of in patient out-of-pocket expenditure from household surveys in Vietnam. *Research Article*, 1-14.
- Li, Y., & Peng, Y. (2021). Influencer Marketing: Purchase Intention and its Antecedents. *Marketing Intelligence & Planing*, 39(7), 960-978.

- Lou, C., & Yuan. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58-73.
- Nabila, J., & Azijah. (2024). Pengaruh Brand Image dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Followers Akun Tiktok @Skintific_id. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1594-1608.
- Pratiwi, C. S., & Sidi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Jurnal Ekonomi*, 18(2), 192-204.
- Purwati, A., & Cahyanti. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
- Rahmawan, A., Purwatiningsih, & Rini, R. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skintifik Pada Pengguna E-Commerce di Jakarta Pusat. *Manajemen Kreatif*, 3(1), 116-126.
- Sadevia, N. N., & Artika, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 51-59.
- Saragih, M., & Siregar, A. (2020). Peran Brand Image Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 45-52.
- Sari, S., & Susanti, N. (2024). Representasi Perempuan cantik dan Gaya Hidup Kosumtif Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(2), 269-288.
- Schiffman, P., & Keller, K. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Education.
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Mirai Management*, 8(3), 326-341.
- Statista. (2024). *Indonesia Cosmetic Market Revenue*. <https://www.statista.com/statistics/1234567/indonesia-cosmetics-market-revenue/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tharigan, A., & Gunawan, Y. (2024). Pengaruh Brand Image dan E-WOM Terhadap Minat Beli Skincare Somethinc pada Shopee. *Journal of Management*, 17(3), 577-597.

- Thomson, C. J. (2016). *Consumen Behavior: A Strategic Approach*. New York: Routledge.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award (2023). *Top Brand award*. <https://www.topbrand-award.com>
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). Customer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 103-112.