

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Nenny, Carolina F Sembiring, Emerald GM Tobing, Lukas Tarigan, and Erni Murniarti. 2022. "Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia." *Jurnal Dinamika Pendidikan* 15 (1): 16–29. <https://doi.org/10.51212/jdp.v15i1.124>.
- Cahyaningtyas, Riska, and tri indra Wijaksana. 2021. "Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Anglista." *Journal Proceeding Of Management* 8 (5): 6488–9
- Cepat, M Akanan, Saji Karen, S Diner Studi, Kasus Pada, Dina Safitri, and Christina Natalina. 2023. "Quality on the Purchase Decision of Karen ' S Diner" 9816 (2).
- Desya, Calista Sarah. 2017. "Management Journal." *Fundamental Management Journal* 2 (1): 5–12. <http://ejournal.uki.ac.id/index.php/jm/article/view/993>.
- Elisabet Juli. 2022. "Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19." *Jubis* 3 (1): 1–13.
- Ilmiah, Jurnal, and Wahana Pendidikan. 2023. "2 1,2," 9 (November): 13–26.
- Maria, Anna. 2018. "Management Journal." *Fundamental Management Journal* 3 (1): 91–100.
- Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. 2021. "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif." *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian* 5 (1): 38–54.
- Melpiana, Evi, and Ajat Sudarajat. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty." *Management and Accounting Expose* 5 (1): 106–18. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>.
- Nabilah, Ilmi, M. Fadhli Nursal, and Dewi Sri Wulandari. 2023. "Peran Influencer Dalam Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline." *Jurnal Economina* 2 (10): 2791–2805. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.904>.
- Nasution, Chyntia fadillah, and Robert Kristaung. 2023. "Pengaruh Kepercayaan

- Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Cosmetics Brand Mother Of Pearl).” *Ekonomi Digital* 1 (2): 131–40. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.15>.
- Novitasari, Widya Puji, Hary Sulaksono, and Nely Supeni. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Dan Promosi Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Colorfit Series Di Masa Pandemi Covid-19 Pada MDS Johar Plaza Jember.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika* 3 (2): 42–50.
- Permatasari, Aulia Nur Indah, and Agus Maolana Hidayat. 2023. “Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5: 350–55. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.250>.
- Putri, Silvani, and Dwi Suhartini. 2024. “Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2): 2547–62. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.181>.
- Samsudin, Acep, Rusdi Hidayat, Zalman Zalfaritz, Intan Mitayani, Hanifa Fazarina, silvia anisah Lubis, and selfi nasrul Rosyda. 2022. “Pengaruh Strategi Digital Marketing Dalam Keputusan Pembelian Produk Camille Melalui Marketplace Shopee.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4 (6): 1–12.
- Setiyadi, Indiyanto Nur, Agus Rahman Alamsyah, and Ike Kusdyah Racmawati. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati.” *Jurnal Manajemen* 8 (2): 122–36. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>.
- Sholiqah, Nikmatus, and Khusnul Fikriyah. 2022. “Pengaruh Online Consumer Review Influencer Tiktok Dan Label Halal Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, Dan Manajemen (JIKEM)* 2 (2): 2412–31.
- Tanuwijaya, Jessica, and Rachman Mulyandi. 2021. “Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc.” *Jurnal Sosial Sains* 1 (5): 368–73. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i5.81>.

- Valentina, Anggita, Mohammad Rizal, and Ratna Tri Hardiningtyas. 2023. "Pengaruh Content Marketing, Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Media Sosial Tiktok." *E-Journal Riset Manajemen* 12 (2): 590–601.
- Viera Valencia, Luis Felipe, and Dubian Garcia Giraldo. 2019. "濟無No Title No Title No Title." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2 (September).
- Wardani, Dagma Syafira Destia, and Ali Maskur. 2022. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening)." *Jesya* 5 (2): 1148–60. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>.

