

DAFTAR PUSTKA

- Afifah, N., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di TikTok. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 11(1), 45-58.
- Anggraini, Ranti Tri & Fauzan Heru Santhoso. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. Vol 3 No 3.
- Arnild Augina Mekarisce. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* Vol. 12 Edisi 3
- Arum Faiza, Sabila J Firda, dkk. 2018. *Arus Metamorfosa Milenial*. Kendal: Penerbit Ernest
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1).
- Bhakti, C.P & Safitri, N.E. (2017). Peran Bimbingan Konseling Untuk Menghadapi Gen Z Dalam Prespektif Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan Univeristas Ahmad Dahlan*.
- Bungin, b. H. (2014). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan, dan Ilmu Social*. Jakarta: Kencan Media Group.
- BMKG. (2025). Perkiraan Cuaca Kecamatan Gunung Putri, Desa Bojong Nangka. Diakses dari <https://www.bmkg.go.id/cuaca/prakiraan-cuaca/>
- Compas.co.id*. (2024). *Compas Data Market Insight: Kategori Beauty & Care di Ecommerce TikTok Februari 2024*. Diakses dari <https://compas.co.id/article/top-market-share-kategori-beauty-care-2024/>
- Dhanny, Ayu Ika (2018). Analisis Motivasi Penggemar Korean Pop Dalam Membeli Replika Pakaian Dan Aksesoris Di Online Shop Instagram (Studi Analisis Pada Pembeli Di Akun Instagram @Milky_Kshop). Universitas Lampung.

- Effendy, O. U. (2013). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. In O. U. Effendy, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (p. 304). Bandung: Citra Aditya Bakti.
- FastMoss. (2024). *FastMoss TikTok Analytic: Data Penjualan Produk di Kategori Perawatan dan Kecantikan*. Diakses dari <https://www.fastmoss.com>
- Glad2Glow. (2024). *Produk Kami: Skincare dan Manfaatnya*. Diakses dari <https://www.glad2glow.com/produk>
- GoodStats. (2023). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- GuangZhou DAAI Cosmetics Manufacture Co., Ltd. (2022). *Tentang Kami*. Diakses dari <https://www.daai.com.cn>
- Hutami, Vidya Putri (2019). Motivasi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui Situs Online E-Commerce Sociolla.
- KataData.co.id. (2023). Riset: TikTok Shop Populer di Gen Z dan Ibu Muda. Diakses dari <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/65816933d36c2/riset-tiktok-shop-populer-di-gen-z-dan-ibu-muda>
- Khasanah, Uswatun., Junarti., Ifa Khoiria Ningrum (2021) Analisis Motivasi Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro).
- Kurniawan, F. (2023). Pengaruh Konten Video Pendek terhadap Perilaku Konsumen Gen Z di TikTok. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan*, 7(3), 101-115.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teri Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama. Hal 59.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nuramelia, Nuramelia (2020). Pengaruh Labeling, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Sunscreen Glad2glow. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Pakpahan, Andrew Fernando. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.

- Prabowo, A. (2023). TikTok Shop: Revolusi E-commerce di Platform Media Sosial. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 12(1), 25-40.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi*. Malang: InTrans. Publishing.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit VI*, 23.
- Santoso, A., & Wati, N. (2023). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Skincare Melalui Influencer di TikTok. *Jurnal Sosiologi dan Antropologi*, 15(1), 55-70.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior* edisi 11 global edition. *England: Pearson Education Limited*.
- Solomon, M. R. (2023). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Surianto. (2021). *Sinergitas Motivasi, Kompetensi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sebuah Instansi*. Surabaya: Global Aksara Pres.
- Tegor, Tegor. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jawa Tengah: Lakeisha. Hal 98.
- Yuliana, S. (2023). Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial: Kasus TikTok dan Produk Skincare. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 7(3), 45-60.