

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, L., & Frida, T. (2023, September 16). Tanya Dokter: Usia Berapa Remaja Bisa Pakai Skincare? Viva.Co.Id.
- Backaler, J. (2018). *Digital Influence : Unleash The Power Of Influencer Marketing To Accelerate Your Global Business*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Belch, G. E., & Belch, M. (2009). *Advertising And Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective*.
<https://www.researchgate.net/publication/46966230>
- Brand Perawatan Wajah Terlaris di e-Commerce. (n.d.). Compas.Co.Id. Retrieved December 24, 2023, from <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Brown, D., & Hayes, N. (2015). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Amsterdam, Netherland.
- Bungin, B. (2017). In *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (P. 109). Jakarta.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, A. N. (2022, September 22). Produk Kecantikan Menjadi Kategori Produk Paling Efektif Menggunakan Influencer | TIMES Indonesia. Times Indonesia. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/424508/produk-kecantikan-menjadi-kategori-produk-paling-efektif-menggunakan-influencer>
- Ferdinand, A. (2014). *Structural Equation Modeling: Dalam Penelitian Manajemen* (5th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

- Hariyanto. (2018). Asosiasi Kosmetik Tunjuk Sancoyo Antarikso Sebagai Ketua Umum Periode 2018-2022. Industry.co.id.
- Ikhsania, A. A. (2022, April 18). Review Skintific Moisturizer, Pelembap Wajah Ceramide yang Populer. SehatQ. <https://www.sehatq.com/review/review-skintific-5x-ceramide-barrier-repair-moisture-gel>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In P. Kotler, & K. L. Keller, Marketing Management (P. 315). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 15 Ed. London: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). Principles Of Marketing Eight European Edition. UK : Pearson
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2012). Teknis Praktis Riset Komunikasi . Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kustiani, R. (2018, November 18). Cara Tasya Farasya Review Produk Endorse dengan Jujur. Tempo.Co. <https://cantik.tempo.co/read/1147485/cara-tasya-farasya-review-produk-endorse-dengan-jujur>
- Malhotra, N. K. (2012). Basic Marketing Research. In N. K. Malhotra, Basic Marketing Research (P. 369).
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). In Marketing Research An Applied Approach (P. 269). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Mathew, J. (2018, July 30). Understanding Influencer Marketing And Why It Is So Effective. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2018/07/30/understanding-influencer-marketing-and-why-it-is-so-effective/?sh=7290790871a9>
- Mecadinisa, N. (2021). Melihat Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia Pasca Covid-19 - Beauty Fimela.com. Fimela. <https://www.fimela.com/beauty/read/4578615/melihat-perkembangan-industri-kosmetik-di-indonesia-pasca-covid-19>
- Mubarok, A. (2022). Industri Kosmetika Indonesia Siap Tembus Pasar Global Lewat Beauty Expo 2022. Times Indonesia.
- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches; Seventh Edition. USA: Pearson Education.

- Nurfadila, S. (2020). Impact of Influencers in Consumer Decision Process: The Fashion Industry. *Interdisciplinary Journal on Law, Social Sciences and Humanities*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.19184/ijl.v1i1.19146>
- Produk Skintific Terbaik yang Viral di TikTok, Sudah Coba? (2022, September 12). Beautyhaul.Com. <https://www.beautyhaul.com/blog/7-produk-skintific-terbaik-yang-viral-di-tiktok-sudah-coba>
- Purwitasari, U. (2023). Pengaruh Label “Tasya Farasya Approved” Pada Katalog Produk Luxcrime Blur And Cover Two Way Cake Di Shopee Terhadap Minat Beli Yang Dimoderasi Brand Awareness (Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang). http://repository.unissula.ac.id/31634/1/Ilmu%20Komunikasi_32801900082_fullpdf.pdf
- Putri, A. (2017). Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 59–64. <https://doi.org/10.24123/JEB.V21I2.1637>
- Rahmadani, N. (2023, November 14). 6 Rekomendasi Skincare yang Di-approve Tasya Farasya, Ada Punyamu? IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/women/nurul-huda-rahmadani/skincare-yang-di-approve-tasya-farasya-c1c2>
- Rizal, F. (2022). 6 Fakta Tasya Farasya, Beauty Influencer yang Kerap Curi Perhatian. Merdeka.Com.
- Rizaty, M. (2021, October 5). Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021. Databoks.
- Santika, E. (2023, September 27). Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka? Katadata.Co. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Siregar, N., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. Retrieved From <https://Ejournal.Gunadarma.Ac.Id/Index.Php/Psiko/Article/View/2445>
- Smuda, C. (2018). *Influencer Marketing. A Measurement Instrument To Determine The Credibility...* - Google Books. 2018.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT.Alfabet.
- Viral, SKINTIFIC Skincare Paling Diburu dan Raih Banyak Penghargaan. (2023, February 28). CNN Indonesia.
- Widi, S. (2023, February 3). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. DataIndonesia.Id.

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Widoyoko, E. P. (2012). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

