

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Aisyah, S. (2024, February 16). *Personal Branding di Balik Label “Tasya Farasya Approved.”* Purwadhika.Com.
- Angelica, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Pada Produk Scarlett Whitening terhadap Minat Pembelian. *Prologia*, 6(2), 334–340. <https://doi.org/10.24912/PR.V6I2.15541>
- Asmaradewi, Y. (2019). *Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro*.
- Bayu, D. (2022, February 16). *Jenis Pekerjaan Penduduk Indonesia, Apa Terbanyak?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/jenis-pekerjaan-penduduk-indonesia-apa-terbanyak>
- Cahyani, N. P., Suryawati, I. A., & Pradipta, A. D. (2020). Pengaruh Kredibilitas Tasya Farasya Terhadap Niat Beli Produk Focallure. *Jurnal Fisip Universitas Udayana*, 4.
- Cheddad, A. (2020). *On Box-Cox Transformation for Image Normality and Pattern Classification*. 8. <https://arxiv.org/abs/2004.07210>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta pada Produk Oleh-oleh Jogja Scrummy, AMIK BSI Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 8, 1–9.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 12–16.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Glory, B. (2020, May 4). *[YOUTUBE] TUJUAN PENELITIAN : EKSPLORATIF, DESKRIPTIF, EKSPLOANATIF, DAN EVALUATIF*. Ir.Binus.Ac.Id. <https://ir.binus.ac.id/2020/05/04/youtube-tujuan-penelitian-eksploratif-deskriptif-eksplanatif-dan-evaluatif/>
- Haoe, S., Ganiwidjaja, J. T., & Andreani, F. (2023). PERAN MARKETING FOOD INFLUENCER TIKTOK TERHADAP FOLLOWER ENGAGEMENT DAN PURCHASE INTENTION PARA PENGIKUT

- FEBRYAN DIO RAMADHAN. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 24–34. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.24-34>
- Ivone, I., Phanessa, D., Ciamas, E. S., Siahaan, R. F. B., & Cindy, C. (2022). Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Beli Akun Remedy.eats. *Ekonomi Kreatif Dan Kewirausahaan*. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7037>
- Jannah, M., Kambolong, M., & Ningtyas, C. P. (2023). Pengaruh BeautyInfluencer Tasya Farasya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik PT. ParagonTechnology Innovation (Studi Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Kurniadji, S. (2016). Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 83.
- Lase, Y. K. (2023, March 17). *Seberapa Banyak Alokasi Budget Orang Indonesia untuk Beli Skincare?* Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/seberapa-banyak-alokasi-budget-orang-indonesia-untuk-beli-skincare-3rOSI>
- Malhotra, N. K., Baalbali, I. B., & Nasr Bechwati, N. (2020). *Marketing Research An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Mao. (2023, April 17). *Platform Media Sosial Mana yang Terbaik untuk Promosi Produk?* NusaBali.Com. <https://www.nusabali.com/berita/140016/platform-media-sosial-mana-yang-terbaik-untuk-promosi-produk>
- Maulana, C., & Hajarisman, N. (2023). Penerapan Transformasi Box Cox untuk Mengatasi Masalah Ketidakstasioneran dan Pola Periodik dalam Data Deret Waktu pada Ekspor Bidang Pertanian di Indonesia. *Bandung Conference Series: Statistics*, 3(2), 763–772. <https://doi.org/10.29313/bcss.v3i2.9371>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). DASAR-DASAR STATISTIK PENELITIAN. <Http://Eprints.Mercubuana-Yogya.Ac.Id/Id/Eprint/6667>, 137.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc* [Bisnis dan Ekonomi]. Universitas Kristen Petra.
- 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* [Bahasa dan Ilmu Komunikasi]. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

- Putri, R. (2023, June 2). *Popbela Beauty Awards 2023 Digelar, Ini Daftar Pemenangnya!* Popbela.Com.
- Queensberry, K. A. (2021). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution* (4th ed.). Rowman & Littlefield.
- Rahail, Y. (2023). *Analisis Hubungan Celebrity Endorser (Tasya Farasya) Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Somethinc* [Ekonomi dan Bisnis]. Universitas Pakuan Bogor.
- Roll, M. (2018, February). *Branding and Celebrity Endorsements*. Martinroll.Com.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2015). *Advertising and Promotion Management*. MA: Irwin/McGraw-Hill.
- Sayekti, I. M. S. (2024, January 30). *ZAP Beauty Index 2024 & MEN/O/LOGY Index Ungkap Kebiasaan Baru Kebiasaan Wanita & Pria*. Pressrelease.Id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/zap-beauty-index-2024-menology-index-ungkap-kebiasaan-baru-kebiasaan-wanita-pria>
- Sudiro, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Amdk Amidis Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang Volume 7 Nomor 1*, 12–27.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Survei Meta Ungkap Minat & Perilaku Khas Gen Z di Media Sosial*. (2024, April 7). Eraspace.Com. <https://eraspace.com/artikel/post/survei-meta-ungkap-minat-perilaku-khas-gen-z-di-media-sosial>
- Tiasto, D. E. (2020). *Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pelaku Endorsment di IAIN Metro)* [Skripsi]. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN).
- Tran, T., & Khuc, Q. (2016). *Primary Data: Writing and Presenting Research*. 78–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9780857020307>
- Utami, P. B. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop di Indonesia* [Ilmu Komunikasi/Humas]. Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.
- Widhiarso. (2017). Uji Normalitas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 1689–1699.
- Winata, J. N., & Alvin, S. (2022). Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus Instagram Bonvie.id). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.