

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek* (1st ed.). Mitra Utama : Jakarta.
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Annur, C. M. (2023). *Mayoritas Orang Indonesia Mengakses Internet Lebih dari 6 Jam Sehari*.
- Azzahra, Afwa, A., & Moniko. (2024). *The Influence of Influencer Marketing and Online Customer Reviews on Purchase Intention Through the Perceived Value of Cosmetic Products on Tiktok Shop (An Empirical Study on Students in the City of Pekanbaru)*. 12(1).
- Basyirah, Bahari, A. O., & Widagdo, D. (2025). *Influencer Marketing Effectiveness: Analyzing Consumer Trust And Purchase Intentions On Social Media*. 6(3).
- Batra, L., Garg, N., & Mital, R. (2022). *The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention*. 20(1).
- Catrina, E., & Sukmana, Y. (2021, December 6). *Survei: 73 Persen Konsumen RI Menilai Belanja Online Lebih Mudah Dibandingkan Belanja di To* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "Survei: 73 Persen Konsumen RI Menilai Belanja Online Lebih Mudah Dibandingkan Belanja di Toko.
- Costello, J., & Yesiloglu, S. (2020). *Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement*.
- Gambhir, K., & Ashfaq, R. (2023). *The Role of Influencer Marketing in Building Brands on Social Media: an Analysis of Effectiveness and Impact*. 3(4).
- Ginting, D. B. (2009). STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM). In *Media Informatika* (Vol. 8, Issue 3).
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*.
- Kalkumbe, K., Marathe, A., & Longani, K. D. (2024). *Role of Influencer Marketing in Building Brand Awareness*. 7.
- Katiandagho, N. J. (n.d.). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. In *Jurnal Manajemen Unsera* (Issue 9).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Limanseto, H. (2024, February 3). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.

- Mae. (2024, December). Wow! Warga RI Habiskan Rp 2 Triliun Buat Beli Skin Care & Make Up. *CNBC Indonesia*.
- Mahdi, M. I. (2022, March 2). *Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik*.
- Natalia, S. (n.d.). *ANALISA PREDIKSI / PENILAI EFEKTIVITAS PENGGUNAAN SELEBRITIS SEBAGAI BRAND ENDORSER UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE (STUDI KASUS IKLAN THE FACE SHOP)*.
- Patmawati, D., & Miswanto. (2022). *The Effect of Social Media Influencers on Purchase Intention: The Role Brand Awareness as a Mediator*. 1(20), 170–184.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schumann, D. W. (1983). *Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement*. *PT Eka Jaya Internasional*. (n.d.).
- Putri, V., & Gischa, S. (2021, August 5). *Personal Branding: Definisi, Tujuan, dan Strateginya*.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279.
<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1987). *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 1*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). Pearson prentice hall.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Suroso, J. S. (2020, October 24). *Hipotesis*.
- Waluyo, D. (2024, February 20). *Kinlong Industri Kosmetik Tanah Air*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA