

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Impact Of Influencer Marketing And Omni Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla Pengaruh Influencer Marketing Dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Sociolla. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7(1), 64-74.
- Arvandi, F., & Nasution, A. P. (2016). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv. Sun Berlian. *Ecobisma*, 3(1), 56–71.
- Asnawi, N Dan Masyhuri. (2009). Metode Riset Manajemen Pemasaran. Malang: Uin Malang Press.
- Cisas.co.id. (2023) Data Penjualan Skincare di Indonesia Tunjukkan Pelonjakan. <https://cisas.co.id/data-penjualan-skincare-di-indonesia/>.
- Dr. Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Edisi Ke 2. Cetakan 5. Bandung: Cv Alfabeta.
- Faridah, N., & Widowati, R. (2023). Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 5(1), 258-267.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi.
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210-216.
- Imaningtyas, R., Sangadji, E. M., & Nurhayati, D. (2023). Pengaruh Budaya, Sosial, Dan Pribadi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Innisfree Produksi Korea Di Kota Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 170-178.
- Khofifah, F., Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting (Konsumen Di Thrift Shop Nyandangbaju_). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited. (15th Global Ed.). In *Small Business Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://Jurnal.Stieyasaanggana.Ac.Id/>.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Markethac. (2024). MarketHac E-commerce Market Insight. The Originote Menjadi Moisturizer Terlaris di Tik Tok Shop 2024. <https://www.instagram.com/p/C5PagpsrST/>.
- Margaretha, M., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Teater Jkt48 Dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(3), 413–422. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V3i3.159>.
- Nilakandy, N. A., Dhamayanthi, W., Ambarkahi, R. P. Y., & Ismail, A. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Kabupaten Situbondo. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology*, 4(1), 43-54.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15 (1), 133-146.
- Philip, Kotler., Dan Gary Armstrong. (2019). “Prinsip- Prinsip Pemasaran”. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Samuel, H. (2007). *Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siatama, A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt. Calispo Multi Utama Medan* (Doctoral Dissertation, Stie Eka Prasetya).

- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 117.
- Sudha, & Sheena. (2017). *Mpact Of Influencers In Consumer Decision Process*. The Fashion.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.
- Theoriginote.Id. (2024). Affordable Skincare For All. <https://Theoriginote.Id/About>.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andy.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran (4 Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahyudi, A. T., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Marketplace Shopee. *Sosialita*, 2(2), 311-324.
- Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 687-699.