

DAFTAR PUSTAKA

- Annisia, A. N., & Paramita, E. L. (2021). Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5413>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*.
- Aruan, L. S., Yohana, C., & Yusuf, M. (2021). Peran Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Riskesdas 2018*, 3(2).
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson.
- Compas.co.id. (2023). *Compas Data Market Insight: 5 Top Produk Serum Wajah yang Jadi Andalan Skincare Enthusiast*.
- Databoks.katadata.co.id/. (2024). *ECDB: Proyeksi Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id/.
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2). <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Fajriyah, A., & Karnowati, B. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. *Prosiding 16th Urecol: Seri Mahasiswa Student Paper*.
- Faryana, A. M. (2023). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Bisnis Online Pada Akun @Byadindahijab*. Universitas Semarang.
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27682>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tik Tok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In *Penerbit Qiara Media* (Issue August).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Hamdani, Fitrianti, R., Cupiadi, H., & Shinta. (2023). The Effect of Viral Marketing and Celebrity Endorsement on Buying Decision of Beauty Products at Tiktok Shop (Study on Generation Z Women). *Migration Letters*, 20(20).
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hops.id. (2024). *dr Richard Lee respect pada The Originote yang mengakui*

dugaan overclaim.

- Kompas.com. (2024). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of marketing. In *Invasive Bladder Cancer.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In *Pearson Edition Limited.*
- Kurniawati, N. I. (2021). Analysis of the influence of word of mouth and brand image on the decision to purchase cosmetics make over products in Semarang. *Economics, Management and Sustainability*, 5(2).
- Liputan6.com. (2024). *Bisnis Kecantikan Masih Menjanjikan, Produk Perawatan Diri dan Parfum Jadi Beauty Item Terfavorit di Sociolla.*
- Mandira, I. M. C., & Arnata, I. P. G. W. P. (2023). Pengaruh Viral Maketing, Celebrity Endorsement, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Aplikasi Bibit. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12 No. 1 Maret 2023.
- Mayleni, & Husda, N. E. (2024). *The Influence Of Brand Image, Product Innovation, And Word Of Mouth On Purchase Decisions For Ms Glow In Batam.* 22(2), 1.
- Mishaël. (2021). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Komputer Merek Rexus. *Angewandte Chemie International Edition*, 3(1).
- Mohapatra, D. (2022). The Study Of Viral Marketing Using E-commerce Services. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 12(5). <https://doi.org/10.5958/2249-877x.2022.00015.7>
- Muhajir, Mukaromah, H., Fathudin, Purwanti, K. L., Al Ansori, Y., Fahlevi, M., Rosmayati, S., Tanjung, R., Budiarti, R. H. S., Rosyadi, & Purwanto, A. (2022). The role of buzz and viral marketing strategic on purchase intention and supply chain performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2). <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.11.002>
- Partipost.com. (2023). *Seberapa Pentingkah Masuk FYP TikTok untuk Brand?*
- Rahmani, R. G., Bursan, R., MS, M., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2006>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3). <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6). <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Royan, F. M. (2015). *Marketing Selebritis: Selebritis dalam Iklan dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri.* PT. Alex Media Komputindo.

- Saifulloh, M., & Raharjo, S. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Raja Hp Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(1).
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli* (7th ed.).
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications. In *Cengage Learning*.
- Siringoringo, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1).
- Sudarsono. (2020). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta Bandung*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- TheOriginote.id. (2024). *About*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi. In *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru. In *Yogyakarta: Andi Publisher*.
- Wandira, A., & Rahman, T. (2021). Islamic Branding, Viral Marketing, Online Consumer Review, and Purchasing Decision: The Mediating Role of Purchase Intention. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.32>
- Yusuf, M., Said, M., Nurhilalia, N., & Yusuf, Y. Y. (2022). The effect of brand image, price, service, product quality and promotion on consumer buying decisions for car purchases: A case study of Bosowa Berlian Motor Inc. in Makassar. *Applied Marketing Analytics*, 7(3).