

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. N. A. (2025). *Pengaruh Beauty Influencer dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Tiktok Shop pada Masyarakat Kota Blitar*. Universitas Islam Blitar.
- Alodokter. (2025). *Fungsi dan Cara menggunakan Toner Wajah*. Alodokter.com. <https://www.alodokter.com/fungsi-dan-cara-menggunakan-toner-wajah>
- Amalrozi, A., Palilati, A., & Yusuf, H. (2025). Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Ratings dan Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 630–639.
- Apriliani, R. (2025). *Natasha Wilona jadi Brand Ambassador SKIN1004, Ungkap Perjalanan Perawatan Kulitnya*. Beautynesia.id. <https://www.beautynesia.id/beauty/natasha-wilona-jadi-brand-ambassador-skin1004-ungkap-perjalanan-perawatan-kulitnya/b-312443>
- Bella, Mardiana, S., & Pitasari, D. N. (2023). Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal CommLine*, 8(2), 124–132.
- Fatihah, A. N., & Saputro, E. P. (2024). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk skincare Nature Republic*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kol.ID. (2025). *KOL.ID insight: Data Pengguna, Jumlah Konten & Durasi Screentime Rata-rata Pengguna TikTok*. Kol.ID. <https://kol.id/blog/kol-id-insight-data-pengguna-jumlah-konten-%26-durasi-screentime-rata-rata-pengguna-tiktok>
- Kumparan. (2025, Januari 3). *Skin1004: Produk Mana? Ini Jawabannya*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/info-produk/skin1004-produk-mana-ini-jawabannya-24E6r7FIJco>
- Listyowati, D., Raring, P. G., Hursepuny, J., Hermawan, F., & Santoso, H. (2023). Pengaruh Beauty Influencer dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Widya*, 4(2), 339–350.
- Nadira, A. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Shopee: Studi pada Remaja Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Panjaitan, R. E. A., & Teviana, T. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Camelomedan di

- Marketplace Shopee. *Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(4), 2898–2907. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.24014>
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific di Shopee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 6(1), 26.
- Pontianakinfo. (2025, April 29). *Dominasi Skintific dan Skin1004: Analisa performa Toner dan Mist di Marketplace Indonesia*. Pontianakinfo. <https://pontianakinfo.disway.id/bisnis/read/13596/dominasi-skintific-dan-skin1004-analisa-performa-toner-dan-mist-di-marketplace-indonesia>
- Pratiwi, W. (2022). *Pengaruh Minat Kerja dan Kemampuan Akademis terhadap Kesiapan Memasuki Dunia Kerja Mahasiswa Pendidikan Teknik Bangunan*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Putri, F., Siregar, E., Dewi, R., Safaruddin, & Harahap, I. M. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab di Shopee. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(1), 33–59. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3293>
- Rahma, D. (2024, Agustus). *Skill Penting Beauty Influencer*. Halodiarahma.com. <https://www.halodiarahma.com/2024/08/skill-penting-beauty-influencer.html>
- Rahmawati, A. D., & Rokhman, N. (2025). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui pada Kalangan Gen Z di Tiktok Shop. *Cakrawangsa Bisnis*, 6(2). <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- Ramadhan, M. G., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Bisnis Kolega*, 10(2), 71. <https://doi.org/10.57249/jbk>
- Salsa. (2025, Februari 8). *KOL.ID Insight: Data Pengguna, Jumlah Konten & Durasi Screentime Rata-Rata Pengguna Tiktok!*. Kol.ID. <https://kol.id/blog/kol-id-insight-data-pengguna-jumlah-konten-%26-durasi-screentime-rata-rata-pengguna-tiktok>
- Sari, I. N. (2023, Maret 6). *Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia*. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Sherli, Yuliati, L. N., & Hasanah, N. (2023). Pengaruh Beauty Influencer dan Perceived Price Fairness terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare.

Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, 9(1).
<https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.305>

Sofiyah, S. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan E-System Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Sugianto, Vivi, Junardi, Taslim, W. S., & Vanessa, D. (2024). Analisis Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(2), 307–319.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Eureka Media Aksara.

