

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R., dkk. (2022). *Efektivitas Komunikasi pada Media Sosial Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna*. Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation, 3(5), 758-771.
- Amelia, K. P., Ningrum, A. S., & Dedu, M. (2025). *Pengaruh Pemasaran Konten dan Endorsement Influencer terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Citra Merek*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital, 4(2), 45-60.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline*. Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB), 2(1), 14-25.
- Beautyhaul.com. (2023). *Heboh Sunscreen SPF Palsu di TikTok, Simak Klarifikasi Isu SPF Glad2Glow dan Keamanan Skincare*.
- Binus University. (2021). *Memahami Uji Multikolinearitas dalam Model Regresi*. Diakses tanggal 16 November 2025.
- Dani, N.R., Yusnaldi, & Chairiyaton. (2024). *Pengaruh Content marketing di TikTok terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Gen Z*.
- Darmawan, Z. R., & Taruna, H. I. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow*. Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis Indonesia.
- Fatihah, A. N., & Saputro, E. P. (2024). *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Nature Republic*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses dari repository Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fauzi, R. U. A., Esmike, M., & Ardiningrum, A. R. (2023). *Pengaruh brand ambassador, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Somethinc*. Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 7(2), 1-12.
- Gabriela. (2022). *Perubahan Gaya Hidup dan Kemudahan Teknologi di Era Digital*. Jurnal Teknologi dan Masyarakat, 10(2), 123-134.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi terbaru)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glints.com. (2024). *Content marketing: Mengenal Arti, Manfaat, Bentuk, dan Skill-nya*.

- Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). *e-Conomy SEA 2024: Laporan ekonomi digital Indonesia dan Asia Tenggara*.
- Hadi, Puspa Putri. (2023). *Pengaruh Content marketing dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madam Gie pada Aplikasi Tiktok*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hadi, S. (2015). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hartati, S., Lubis, J., & Hanum, F. (2022). *Pengaruh Brand ambassador terhadap Keputusan Pembelian Wardah Produk dengan Brand image Sebagai Variabel Intervening di Indomaret Sigambal*. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 3(3), 456-468.
- Hops.ID. (2023). *Dilihat dari komposisi, berapa perkiraan SPF sunscreen Glad2Glow*.
- Jati, N., & Widarta. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing, Content marketing, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Finally Found You Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Shop di Purworejo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Kontemporer*, 4(2), 112-125.
- Jinan, F., Khirdany, E. N., & Faisol. (2025). *Pengaruh Content marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow di Marketplace Tiktok Shop*. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1517-1531.
- Khasanah, Muliatul. (2024). *Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2020 dan 2021 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Kholija, Nurul B. (2024). *Pengaruh Content marketing, Review Product dan Brand ambassador di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Cosmetic di Kecamatan Tuah Madani*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Kurniawati, Kurnia Rahma. (2023). *Pengaruh Brand ambassador (Duta Merek) dan Brand image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Produk Kecantikan Whitelab Pada Mahasiswa di Kota Malang)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
- Maharani, R. A., dkk. (2024). *Pengaruh Brand ambassador dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare dengan Trustworthiness sebagai Variabel Intervening*. *Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 1037-1052.

- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Nasution, J. (2025). *Pengaruh Brand ambassador Terkenal dan Persepsi Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan Skincare Scarlett dengan Variabel Moderating Kepercayaan Konsumen di Kota Rantauprapat*. Jurnal STIE AMKOP.
- Parsaoran, I., & Wibasuri, A. (2025). *Pengaruh konten marketing dan influencer terhadap keputusan pembelian skincare Moell melalui brand image*. Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi (SIMO), 6(1).
- Permana, G. N., & Hidayat, A. M. (2024). *The Influence of Brand ambassadors on Purchase decisions and Brand image as Intervening in Avoskin Products*. International Research Journal of Economics and Management Studies (IRJEMS), 3(1), 124.
- Purwaningtyas, S. I., Ghofur, R. A., & Ermawati, L. (2024). *Pengaruh Content marketing, Fear of Missing Out (FOMO) dan Product Quality Terhadap Purchase decision Produk Skincare Daviena dalam Perspektif Bisnis Islam*. ProBisnis: Jurnal Manajemen, 17(3), 1-12.
- Qiscus.com. (2025). *Content marketing: Definisi, Contoh, dan Cara Kerjanya*.
- Ramli, M. I., Rosanti, N., & Verawaty. (2024). *Pengaruh Brand ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bearl Cosmetic Melalui Brand image Sebagai Variabel Intervening (Study Pada PT. Mutiara Erly Sejahtera Agen Abd Dg Sirua)*. Jurnal Sains Manajemen Nitro, 3(1), 74-85.
- Rizky, A., Rojuaniah, Abdul Haeba Ramli, & Gecolea, Z. T. (2025). *Pengaruh Brand ambassador, Brand Trust dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan*. Jurnal Manajemen Bisnis Kontemporer, 5(1), 88-102.
- Sadevia, N.N. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Brand image dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Shopee*. Jurnal Pemasaran Digital, 10(3), 112-130.
- Sarwono, Jonathan (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Salsabila, B.T. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Intervening*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(1), 78-92.
- Semrush.com. (2025). *Apa Itu Content marketing? Ini Arti dan Contoh Strateginya*.

- Setiawan, I., Mulyana, D., Prianto, A., Desi, M., & Setyaningrum, R. P. (2023). *The effect of brand image and product quality on consumer purchase decisions on 'Skincare INE' cosmetic products at the Cikarang Skin Center mediated by word of mouth*. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 337–338.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zidanne Rifqi Darmawan & Helmy Ivan Taruna. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow*. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis (JMEBI)*.

