

DAFTAR PUSTAKA

- Andhita, R. S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Bougie, S. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Camille Beauty. (n.d.). From Camille Beauty: <https://camillebeauty.id/>
- Dr. Elvera, & A. (2021). *Metodologi Penelitian*. DI Yogyakarta: Andi Publisher.
- Fajariana, D. U. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik. *Sekretari dan Manajemen, Vol. 2 No. 2*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah et al. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah melalui Media Sosial pada Salah Satu Universitas di Karawang Jawa Barat. *Jurnal Farmasi Indonesia., Vol 19*, 1411-4283.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kristiawan, T. A. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing. *Manajemen, Vol 15*.
- MediaIndonesia. (2022). *Indonesia, Pasar Potensial untuk Produk Perawatan Kulit*. Jakarta. From MediaIndonesia.com
- Milhinhos, P. R. (2015). *he Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content*. Rio De Janeiro.
- Onny Fitriana Sitorus, Novelia Utami. (2017). *STRATEGI PROMOSI PEMASARAN*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Prastowo. (2016). *Memahami Metod-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis dan Praktis*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

- Prihartini dan Damastuti. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 56-67.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ramadhani, F. (2021). *10 Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia: Brand Lokal Memimpin!* From compass: <https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/>
- Rizaty, M. A. (2022). *ikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021*. From databooks katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Wiwaha, R. P. (2022). *encerahkan Kulit Wajah, Ini 10 Top Brand Masker Wajah Terlaris di E-Commerce : Brand Lokal Menghiasi Top 3!* . From kompas.com: <https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris-2/>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yusuf, R. H. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, vol 1(2).