

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. R. I. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal pendidikan tambusai*, 4(1), 239-247.
- Aditya, Ricky., Wardhana, Aditya. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging Line di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24-32. <https://journal.uii.ac.id/JSB/article/view/4427/3909>. Jurnal SINTA 2.
- Aityan, S. K. (2022). *Business research methodology: Research process and methods*. Springer Nature.
- Al Idrus, S., & MM, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Ambarwati, M. F. L., Damaryanti, H., Prabowo, H., & Hamsal, M. (2019). The Impact of a Digital Influencer to the Purchase Decision. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 220-224.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arinda, D. I. (2020). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger, Brand Image, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makeover (Pengguna Produk Makeover MahasiswiI Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuana Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).
- Caputo, A. (2021). *Branding Book: How to Create Your Brand Image*. Singapore: Lulu Press, Inc.
- Hariyanto, Arif., & Putra, A. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah). *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 3(2), 243–262. <https://doi.org/10.35316/alhukmi.v3i2.2325>

- Katadata. (2024, Semester I). 10 merek parfum terlaris di e-commerce pada semester I 2024. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66c592592a6be/10-merek-parfum-terlaris-di-e-commerce-pada-semester-i-2024>
- Denada Octabella, D., Dwiyanti, S., Usodoningtyas, S., & Sinta Megasari, D. (2021). Review Beauty Influencer Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Kecantikan Di Surabaya (Vol. 10).
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The effect of brand ambassador, brand image, and brand awareness on purchase decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 76, p. 01023). EDP Sciences.
- Ervina, (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*. Vol. 7 No. 1.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fitria, L., & Indayani, L. Live Streaming, Electronic Word of Mouth, and Brand Trust on Purchase Decision at Perfume Mykonos: Pengaruh Live Streaming, Electronic Word of Mouth, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Parfum Mykonos.
- Galang, T. (2021). *Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. (2021). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1), 419-427.

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Haerunnisa, H., Zohrah, N., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty Influencer di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 1(2), 46-54.
- Hariyanto, A., & Putra, A. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah). *Al-Hukmi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 3(2), 243-262.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2020). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (edition 11). McGraw-Hill/Irwin.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Indah Puspitarini & Santa Margaretha Niken Restaty (2022). The Influence of Tasya Farasya's Endorsement on Youtube on Interest in Buyib Joylab Product. Publikasi.mercubuana.
- Jamiat, N., Hidayat, A. M., Pradana, M., & Bastio, B. S. (2020). The Influence Of Brand Image On The Decision Of Buying Converse Shoes In Students In Bandung City, Indonesia. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(12), 438-445.
- Jelita, P., Apriliana, F., & Sanjaya, V, F (2021). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemin Bisnis Syariah*, Vol 1 (2).
- Karisma, N., Rofiah, A., Afifah, S. N., & Manik, Y. M. (2024). Kesehatan Mental Remaja dan Tren Bunuh Diri: Peran Masyarakat Mengatasi Kasus Bullying di Indonesia. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 560–567. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3439>
- Kotler, P., & Armstrong, N. (2021). *Principles Of Marketing* (Eighteenth Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management, Global Edition* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Edisi Keenam). Penerbit Andi

- Liu, Q. (2023). How beauty influencers on TikTok can affect the purchasing of cosmetics. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 165, p. 02022). EDP Sciences.
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2022). Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswi Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1-15.
- Mangruwa, R. D. (2024, July). How is Indonesia's 5G Telecommunication Industry? Case Study of Promotion on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. In 2024 International Conference on Data Science and Its Applications (ICoDSA) (pp. 162-167). IEEE.
- Markethac. (2024). Top 10 Parfum Lokal Terbaik: Ada yang Omsetnya Rp27 Miliar! Markethac. <https://markethac.id/report-news/news/top-10-parfum-lokal-terbaik-ada-yang-omsetnya-rp27-miliar>.
- Maryati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Maulana, A. D. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass di Kota Bandung-Dalam bentuk buku karya ilmiah.
- Megapolitan. (2021). Parfum local Mykonos siap bersaing di pasar indonesia. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/169781/parfum-lokal-mykonos-siap-bersaing-di-pasar-indonesia>
- Merdeka.Com. (2022, Juni 5). Asal-Usul Julukan Paris Van Java Untuk Kota Bandung. Retrieved From Merdeka.Com:77 <https://www.Merdeka.Com/Histori/Asal-Usul-Julukan-Paris-Van-Java-Untuk-Kota-Bandung.Html>
- Mirza, L. (2022). *Pengaruh Review Beauty Vlogger Tasya Farasya Di YouTube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Wardhan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi FEBI Angkatan 2018-2019 UIN Raden Intan Lampung)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Nabilah, Agne., Wardhana, Aditya. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Skintific. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6 (4), 4644 – 4656. DOI: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4>.
<https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/alkharaj/issue/view/56>.
- Nasafa, M. (2024). Fenomena Endorse Produk Kecantikan Oleh Influencer Tasya Farasya Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 9(1).
- Nilamsari, D. F., & Muanas, A. (2021). *Pengaruh Beauty Vlogger, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Purchase Decision Kosmetik Emina (Studi pada Kasus Mahasiswi IAIN Surakarta)*(Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Ningsih, Y., & Fadhil, M. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen.
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Nuraini, A., & Aulia, P. (2024). Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Make Over Di Kota Bandung (Studi Kasus Tasya Farasya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2585-2594.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764-772.
- Pasaribu, M., Dewi, Y. R., & Oktaviani, W. (2024). Penggunaan Konten Youtube Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Brand Jakarta Uncensored. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 29-39.
- Pertiwi, D., Hasibuan, E. J., & Auza, A. (2022). Pengaruh Konten Vlog Akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 4(1), 34-43.
- Pratama, Aulya Rahman Putri., Wardhana, Aditya. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-

- Commerce Shopee. *YUME: Journal of Management*, (2), 138-146.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1530/982>
- Pratama, D., Rustandi, P., & Sastika, W. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Fashion Pull And Bear Di Bandung Tahun 2021. www.business.idntimes.com
- Primaratanti, A. (2023). Pengaruh Konten Beauty Vlogger Kiara Leswara Terhadap Pengetahuan Tata Rias Wajah Pada Subscribers.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rizqiah, M. N., Kusdiby, L., & Rafdinal, W. (2020, September). Persepsi Konsumen terhadap Influencer Media Sosial dan Niat Membeli Produk Kosmetik di Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 999-1003).
- Salsabila, R., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Luxcrime (Studi pada Konsumen Luxcrime di Bandung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3678-3689. DOI: <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1987>.
<https://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/1987>
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis pengaruh *beauty vlogger* sebagai reference group, lifestyle dan brand image terhadap keputusan pembelian lipstik pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788-801.
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). The Influence of Influencer Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions at Uniqlo Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1361–1368.
- Savarini, M. P., Oktafani, F., Prodi,), Bisnis, A., Komunikasi, F., Bisnis, D., & Telkom, U. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Indonesia The Effect Of Brand Image And Price Towards The Purchase Decision Of Products The Body Shop Indonesia 1).
- Slice. (2023). Statistik Pengguna Media Sosial: <https://www.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Edition 29). Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta
- Sutisna, M. S. (2022). *Perilaku Konsumen: Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sukri, S. A. (2020). *Basic Marketing Strategy: Konsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek*. Lombok: Forum Pemuda Aswaja.
- Utami, A. L., Eka, D., & Nofiwaty, N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Cosmetics (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Yang Menonton Video Review Beauty Vlogger Suhay Salim Di Youtube). *Sriwijaya University*.
- Valentin, I., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh brand image dan beauty vlogger terhadap keputusan pembelian kosmetik make over di media sosial (instagram dan youtube). *Jurnal inovatif mahasiswa manajemen*, 1(2), 169-179.
- Wardani, N. K. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Tasya Farsya Terhadap Keputusan Pembelian Makeup. *The Commecium*, 2(2).
- Wardhana, A. (2024a). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Wardhana, A. (2024b). *Brand Management in The Digital Era—Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Wardhana, A., Pradana, M., Shabira, H., Buana, D. M. A., Nugraha, D. W., & Sandi, K. (2021). The Influence of Consumer Behavior on Purchasing Decision Process of Tokopedia E-Commerce Customers in Indonesia. In *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore* (pp. 5929-5934). Proceeding Terindeks Scopus.
- Wardhana, Aditya. Kartawinata, B.R., Akbar, A., Muslimin I. (2021). The Effect of The Use of Influencer on The Purchase Decision of MSME Culinary

Products in Indonesia. (Study on Snack Product "Kripik Belings" on Instagram). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Harbin, China, July 9-11, 2021. <https://index.ieomsociety.org/index.cfm/article/view/ID/8626>. Proceeding Terindeks Scopus.

Wardhana, A., Pradana, M., Kartawinata, B. R., Mas-Machuca, M., Pratomo T. P., and Mihardjo, L. W. Wasono. (2022). "A Twitter Social Media Analytics Approach on Indonesian Digital Wallet Service," 2022 *International Conference Advancement in Data Science, E-learning and Information Systems (ICADEIS)*, Bandung, Indonesia, 2022, pp. 01-05. DOI: <https://doi.org/10.1109/ICADEIS56544.2022.10037442>. <https://ieeexplore.ieee.org/document/10037442>. Proceeding Terindeks Scopus.

YouTube. (2024). Blind test Parfum Mykonos juara 1 harus viral. YouTube. <https://youtu.be/To2TDdOYPHk>