

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdatillah, A., & Hamida, U. D. (2021). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare di KDKoreamask Kediri. . Jurnal Studi Ekonomi Syariah, 84–95.
- Achroni, K. (2012). Semua Rahasia Kulit Cantik Dan Sehat Ada Disini. Buku Kita.
- Adi, I. V. W. (2015). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Distro Koffin Store Di Yogyakarta). Universitas Sanata Dhama.
- Adijaya, N. (2014). Rahasia Cantik Merawat Kecantikan Diri dengan Memanfaatkan Bahan-Bahan Alami. PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Adrian, K. (2020). Jenis-Jenis Masker Wajah dan Manfaatnya bagi Kulit. . Alodokter. <https://www.alodokter.com/jenis-jenis-masker-wajah-dan-manfaatnya-bagi-kulit>
- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa, 1(2), 149–160.
- Akbar, A. H. (2018). Sekolah Tinggi Seni Tata Rias Dan Perawatan Kecantikan Tradisional Indonesia. 19.
- Amstrong, M. (2014). *A Handbook of Human Resources Management Practice (13th edition)*. Kogan Page.
- Andrini, N. (2023). STUDI LITERATUR Karakteristik Dan Perawatan Kulit Untuk Orang Asia. 4. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JPH>
- Anissa, N. (2017). Pengaruh *Country Of Origin* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). Jom Fisip, 4(2), 1–8.
- Anissa, R. D., & Tobing, R. P. (2022). PENGARUH PRODUCT REVIEW DAN VIRAL MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SKINCARE MEREK LOKAL INDONESIA (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Media Sosial TikTok). *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 2, 133–146.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. *Diponegoro Journal Of Management* , 1(2), 274–281.
- Annur, C. M. (2022). Media Paling Disukai Perempuan Indonesia untuk Mendapatkan Informasi Kecantikan. . Katadata.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/bukan-tiktok-mayoritas-perempuan-indonesia-gali-informasi-kecantikan-lewat-instagram>.

- Arief, G., & Heppy, M. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2581–2587.
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (n.d.). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8920–8928.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Belly, E. (2006). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Tata Kecantikan Kulit Kelas 11*. Ed ke-2. Balai Pustaka.
- Djuanda, A. (2007). Dermatitis Seboroik, dalam Djuanda Adhi, *Ilmu Penyakit Kulit dan Kelamin*, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Edisi Kelima. Balai Penerbit FKUI.
- Fitria, C. E. (2022). Pengaruh Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Whitelab di Surabaya (The Effect of Promotion through Social Media and Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Interest on Whitelab Products in Surabaya) .
- Fitriana, E., & Oktini, D. R. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Masker Wajah Sariayu di Toko Makeupuccino Bandung. *Journal Business and Management*, 2.
- Gitasudarmo, I. (2012). *Manajemen Pemasaran (Cetakan ke-2)*. BPFE.
- Hadis, A., & Nurhayati. (2010). *Psikologi Dalam Pendidikan*. Alfabeta.
- Hamida, A. A., & Dina, U. (2022). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Produk Skincare di KDKoreanmask Kediri.
- Hayatunnufus. (2009). *Perawatan Kulit Wajah*. UNP Press.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2).

- Hudha, A. N. (2018). PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN . Jurnal Bisnis Terapan.
- Irma, A. (2017). Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bisnis Online Beautyhomeshop). Jurnal Online Kinesik, 4(2).
- Jati, W., & Yuliansyah. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (onlinearketing strategy) terhadap minat beli konsumen. Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Kalangi, S. J. (2013). Histofisiologi Kulit. Jurnal Biomedik (JBM), 5, 12–20.
- Keller, P. K., & Lane, K. (2016). Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age,. IGI Global.
- Kotler, P., & Amstrong. Gary. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14. Jilid 1. . Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Erlangga.
- Kshetri, A., & Jha, B. (2016). *Online Purchase Intention: A Study of Automobile Sector in India*. Rev. Integr. Bus. Econ. Res, 5(3), 35–59.
- Kusantati, H., Prihatin, P. T., & Wiana, W. (2008). Tata Kecantikan Kulit Untuk SMK Jilid 1. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Kusumaningrum, A. A. (2016). EFEKTIVITAS MACADAMIA OIL 10% DALAM PELEMBAB PADA KULIT KERING.
- Laksana. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran (Edisi 1). Khalifah Mediatama.
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap minat beli produk Wardah. . Jurnal Administrasi Kantor, 7, 31–40.
- Lestari, A. N. I. T. A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Padabutik Missyshop Official Di Kota Makassar.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. . *International Business Research*, 3(3), 63.

- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 90–95.
- Muliyawan, D., & Suriyana, N. (2013). A-Z tentang Kosmetik. Media Kita.
- NapoleonCat. (2022). Instagram users in Indonesia February 2022. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/02/>
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Ni'mah, K. (2016). PENGARUH MASKER BUAH ASAM JAWA TERHADAP JENIS KULIT BERMINYAK. 9.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2, 50–57.
- Nisrina. (2015). Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Kobis.
- Novita, W. (2009). Buku Pintar Merawat Kecantikan Di Rumah. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nugraha, A. S., Suharjo, B., & Sahara, S. (2015). Efektivitas promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian toko ritel produk susu cair PT. Frisian Flag Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 88–98.
- Nurlita, R. (2018). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN (Study Kasus Pada Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Nurmalina, R., & Fauzi, A. R. (2012). Merawat Kulit & Wajah. PT Elex Media Komputindo.
- Perwita, M. H. (2019). Pemanfaatan ekstrak Moringa oleifera sebagai masker organik untuk merawat kesehatan kulit wajah. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*. 36–41.
- Pinuji, S. (2012). Dari Alam Untuk Kecantikan Sempurna. Platinum.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer (p. 164). Alfabeta.
- Primadianti, R. (2001). Kecantikan, Kosmetika dan Estetika ( pedoman instruksional program CIDESCO Internasional). PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Elex Media Komputondo.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 86–89.
- Putri, A. D. (2017). PENGARUH PENGGUNAAN MASKER TOMAT TERHADAP HASIL PENURUNAN KADAR MINYAK PADA KULIT WAJAH BERMINYAK. 22.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Seno, A. H. D. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 359–369.
- Putri, R. Y., & Wardhana, A. (2018). ANALISIS FAKTOR FAKTOR MEDIA PROMOSI INSTAGRAM DAKKEN RESTAURANT BANDUNG ANALY SIS FACTORS MEDIA PROMOTION INSTAGRAM DAKKEN RESTAURANT BANDUNG.
- Rahmat, P. S. (2018). *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara.
- Ramadhan. (2017). Pelaksanaan Sistem Online Pada Pelayanan Pengaduan Melalui E-Governance Yang berbasis Aplikasi (Studi Kasus Aplikasi Gampil dan Hayu Bandung di Dinas komunikasi dan informatika Pelayanan Terpadu Satu Pintu).
- Ramadhan, B. (2022). Perkembangan Industri Kecantikan Terus Meningkatkan Secara Signifikan. *Republika*.  
<https://ameera.republika.co.id/berita/rhsl94330/perkembangan-industri-kecantikan-terus-meningkat-secara-siginifikan>.
- Riko, F., Rifai, M., & Emqi, M. F. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM Pia Tulip Di Masa Covid-19 .
- Rohana, R. (2014). PENGAPLIKASIAN MASKER EKSTRAK ESSENSIAL OIL MAWAR PADA JENIS KULIT KERING UNTUK USIA SETENGAH BAYA. *JURNAL KELUARGA SEHAT SEJAHTERA*, , 12(24).
- Rohma, A. (2020). Strategi Promosi Dan Prosedur Pembukaan Rekening Deposito Pada Bank Jatim Kantor Kas Pemkot Malang.

- Rohmah, F. A. (2016). PENGARUH PROPORSI KULIT BUAH KOPI DAN OATMEAL TERHADAP HASIL JADI MASKER TRADISIONAL UNTUK PERAWATAN KULIT WAJAH (Vol. 05).
- Rostamailis. (2005). Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana Yang Serasi. PT Rineka Cipta.
- Rukajat, M. A. MPd. (2018). Pendekatan penelitian kuantitatif Quantitative research approach. Deepublish.
- Sari, A. C. M., Purbowati, D., & Fadlillah, F. F. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Iklan Tv Dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 175–190.
- Sari, I. N., & Syahputra, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kripik\_belings.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (9th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN KOMBINASI (MIXED METHODS). Alfabeta.
- Suparnoto, R. F., & Setiobudi, A. (2020). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK HAVERMOOD. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 5).
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press.
- Thaib, E. J. (2021). Problematika Dakwah Di Media Sosial. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Tim Alibaba News. (2021). 10 Tren Industri Kecantikan Global 2021. . Alibaba News. <https://id.alibabaneews.com/10-tren-industri-kecantikan-global-2021>.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI (p. 27). Kementerian Perdagangan RI.
- Tresna, P. (2010). MODUL I DASAR RIAS PERAWATAN KULIT WAJAH (FACIAL). Balai Pustaka .

- Wardana, M. (2015). Peran Kepedulian Pada Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan Terhadap Niat Pembelian Produk Hijau (Studi Pada Produk TV LED Merk Samsung di Kota Denpasar). . E-Journal Manajemen Universitas Udayana, 4(1), 39–58.
- Wibisaputra, A. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang). Universitas Diponegoro.
- Yuandari, E., & Rahman, T. A. (2017). Metodologi Penelitian dan Statistika. In Media.
- Yuniar, M. D. (2020). Aplikasi instagram sebagai sarana promosi bisnis online: Sebuah studi pada akun warung mamak. Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 1–9.
- Zap Beauty Index. (2020a). Hasil Survei. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>
- Zap Beauty Index. (2020b). Rediscovering the Indonesia Female from Generations. <https://zapclinic.com/blog/beauty/zap-beauty-index-2020/215>
- Zap Clinic. (2024). Pilihan Treatment Untuk Kulit Berminyak. <https://zapclinic.com/blog/beauty/pilihan-treatment-untuk-kulit-berminyak/862>