

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M., Hasiolan, L. B., Jurusan, M., Fakultas, M., Dan, E., Universitas, B., Semarang, P., Dosen,), Manajemen, J., & Ekonomika, F. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). In *Journal Of Management* (Vol. 2, Issue 2).
- Amalia, S. (2018). Hubungan Lingkungan Mahasiswa Pendidikan Vokasional Konstruksi Bangunan Dengan Perilaku Perawatan Kulit Wajah Secara Lengkap. Universitas Negeri Jakarta.
- Arafah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arsyinta, N. <https://www.instagram.com/nandaarsynt/> Diakses pada 19 Juli 2024.
- Badan POM. <https://cekbpom.pom.go.id/kosmetika>.
- Cantika, A. <https://www.instagram.com/abellyc/> Diakses pada 19 Juli 2024
- Farasya, T. <https://www.instagram.com/tasyafarasya/> Diakses pada 19 Juli 2024.
- Fauz Novia F. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea di Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Godard, R. <https://www.instagram.com/rachgodard/> Diakses pada 19 Juli 2024.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro;
- I Made, Y. (2016). Modul Regresi Linear Sederhana. Universitas Udayana
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). Mengenal Istilah Cosmeceutical, Nutricosmetics, Dan Nutraceuticals. <https://bbkk.kemenperin.go.id/>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 12. Alih Bahasa Bennyamin Molan. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Maharani. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek &

Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari). Universitas Medan Area.

Mega, H. <https://www.instagram.com/real.hanummegaa/> Diakses pada 19 Juli 2024.

Napoleon-Cat. (2024). <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>

Nur, F. A. (2021). Pengaruh Influencer dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Irliana. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Purwanto, M. T., Absor, U., & Yuliastuti, W. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui *Word Of Mouth* di Kabupaten Brebes. Brebes: STIE Widya Manggala.

Rahmayani. (2021). Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Membeli Produk Emina Cosmetics. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Secondate Beauty. (2024). Milky Gel Lip Tint. <https://secondatebeauty.com/collections/lip-tint>.

Secondate Beauty. <https://www.instagram.com/secondatebeauty/> Diakses pada 19 Juli 2024.

Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., Program, V. I., & Perhotelan, M. (2018). Pengaruh Karakteristik *Celebrity* Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran dan Cafe di Surabaya. Universitas Kristen Petra.

Shimp A Terence. (2009). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. Edisi 8. Penerbit South Western

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Edisi VI. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tyra, T. <https://www.instagram.com/titantyra/> Diakses pada 19 Juli 2024.

Wahidin, U. (2017). *Pendidikan Karakter Bagi Remaja*.

World Health Organization (WHO). (2024). Kesehatan Remaja.
<https://www.who.int/health-topics/>

Zukhrufani, A., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Yogyakarta, U. (2019).
The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal
Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decision
Muhammad zakiy. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2).

