

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt . 06 rw . 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9:57–62.
- Afnan, D. (2019). Peran mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan kewirausahaan. *Jurnal Signal*, 7:156–169.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). Pengaruh influencer marketing dan online customer review terhadap purchase intention melalui perceived value produk serum somethinc. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1:2383–2398.
- Cahyono, H. (2019). Peran mahasiswa di masyarakat. *De Banten-Bode: Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1:32–43.
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Influencer Marketing terhadap Minat Membeli dalam Mobile Legends. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7:45–55.
- Carneli, R. D., & Nurwahyudi, M. R. (2025). Pengaruh Beauty Influencer , Persepsi Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian Hand and Body Lotion Vaseline di DIY. *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6:51–58.
- Dania, I. A., & Novziransyah, N. (2021). Sensasi, persepsi, kognitif. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan-Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara ISSN*, 20:14–21.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tunggadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tik tok. *Jisip : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7:77–83.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). Instafamous’-credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*, 22:1432–1446.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektifitas penggunaan sosial media tik tok sebagai media promosi ditinjau dari perspektif buying behaviors esti. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4:112–120.
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5:238-258.
- Hendri, K., Ramdan, A. M., Risdwiyanto, A., Widyastuti, & Wahyuning, S. (2023). Pengaruh digital marketing dan brand awareness pada produk kosmetik halal melalui aplikasi tiktok terhadap minat beli. *Jurnal Edunomika*, 8:1–23.
- Komariyah, F., & Farhan, A. (2020). Pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah studi kasus pada masyarakat kota sidoarjo dan surabaya. *Media Mahardhika*, 18:341–344.

- Kumalasari, E. K. et al. (2023). Formulasi Sediaan Masker Clay Dari Ekstrak Daun Pidada Merah (*Sonneratia caseolaris*) Sebagai Antioksidan. *Jurnal Insan Farmasi Indonesia*, 6:1–23. <https://doi.org/10.36387/jifi.v6i1.1363>
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah bank rakyat indonesia (bri) kantor cabang rembang , jawa tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26:1–8.
- Lee, J. A., & Eastin, M. S. (2020). I Like What She's #Endorsing: The Impact of Female Social Media Influencers' Perceived Sincerity, Consumer Envy, and Product Type. *Journal of Interactive Advertising*, 20:76–91.
- Maharani, T. A., Norhabibah, Wati, N. R. I., Putri, L. R., & Malahayati, S. (2024). Pengembangan Formulasi Clay Mask Stick Ekstrak Rumpuk Gandum (*Triticum Aestivum* L) Komoditas Lokal yang Berpotensi Sebagai Antioksidan. *Jurnal Surya Medika*, 10:6–14.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2:213–226.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10:826–833.
- 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*, 5:764–772.
- Putri, I. G. A. A. D. P., Fadil, S., & Apriyansyah, B. (2021). Analisis tabulasi silang pada penggunaan selebriti endorser internasional : studi kasus pada nu green tea indonesia. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 10:2337–3520.
- Putu, K., Murjana, O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi mahasiswa tentang flexing dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13:837–844.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 1:18–28.
- Rohmalia, Y., & Aminda, R. S. (2021). Analisis penggunaan perawatan kecantikan masker alami sebagai perawatan kulit wajah pada masa pandemic covid-19. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1:77–85.
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah*, 19:68–79.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran ingredients, influencer review dan live streaming marketing terhadap minat beli konsumen pada produk skincare varian mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1:141–153.
- Sheila, G., Thania, K., & Anggarini, Y. (2021). Influencer terhadap keputusan pembelian produk di masa pandemi covid - 19. *Joournal STIM YKPN*, 2:275–

286.

- Tan, Y., Geng, S., Katsumata, S., & Xiong, X. (2021). The effects of ad heuristic and systematic cues on consumer brand awareness and purchase intention: Investigating the bias effect of heuristic information processing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63:102696-1027002.
- Turnip, H., Hendra, Y., & Matondang, A. (2020). Persepsi masyarakat tentang kinerja kantor search and rescue medan dalam pencarian orang hilang di gunung sibayak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2:7–11.
- Wirawati, D., Rahman, H., & Indriani, F. (2023). Persepsi mahasiswa terhadap pengaruh media sosial sebagai sumber belajar keterampilan membaca dan menyimak. *Kode : Jurnal Bahasa*, 12:30–37.
- Yahya, E. S. (2020). Analisis pengaruh iklan endorser terhadap intensitas pembelian sepeda lipat di bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and*, 1:1105–1111.

