

DAFTAR PUSTAKA

- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- Ahmad, M. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Keadaan Ekonomi, Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat Di Kota Sungai Penuh. *E-Journal Al-Dzahab*, 2(2).
- Fatmasari, A. N., & Barusman, M. Y. S. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada TikTokshop (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bandar Lampung). *ECo-Buss*, 7(3), 1901–1912. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2059>
- Firdausi, K. F., Hidayah, N., & Atmanto, D. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Preferensi Gaya Makeup di Kalangan Siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 10581–10596. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20665>
- Nuridayanti., Josua, D. P., Jubaedah, L., Ahmad, N. Q., Sarivah, I., Ridwan, A., & Rohima, A. A. (2024). Penentuan strategi promosi digital klinik kecantikan berbasis retensi konsumen dengan metode TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution). *Jurnal Tata Rias*, 14(2), 123–137.
- Andini, N. S. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!* Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/>
- Astuti, J., Safitri, R., Santika Ulandari, D., Wulandari, S., & Putra, I. R. (2026). Analisis Strategi Pemasaran TikTok Shop di Era Digital. *Digital Business Insight Journal*, 2(1), 68–81.
- Azzahra, C. F., Nursanti, A., & Noviasari, H. (2025). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian skincare Skintific di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2359–2372. <https://doi.org/10.60036/jbm.795>

- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2021). *BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA*. www.peraturan.go.id
- CNN. (2023). *Viral, SKINTIFIC Skincare Paling Diburu dan Raih Banyak Penghargaan*. CNN. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230227194144-307-918563/viral-skintific-skincare-paling-diburu-dan-raih-banyak-penghargaan>
- Fadila, R. N. (2023). Analisis Komunikasi Video Tutorial Make Up Beauty Vlogger Indira Kalistha. *Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 7(2), 380–398.
- Fitrianti, Y. E., Pinandito, A., Sartika, I., & Maghfiroh, E. (2022). Analisis Pengaruh Atribut Influencer pada Platform Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(12), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/12042/5336>
- Harnelia, H. (2024). Analisis Sentimen Review Skincare Skintific Dengan Algoritma Support Vector Machine. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(2). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i2.4095>
- Hasibuan, A., Syahriza, R., & Nasution, M. I. P. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen dalam Industri Fashion melalui Media Sosial. *Journal of Economics and Management Scienties*, 606–614. <https://doi.org/10.37034/jems.v7i4.194>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hidayat, A. Ni., Tanuwijaya, H., Suhandiah, S., & Dinamika, U. (2025). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Printer Canon di Surabaya. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6, 3059–3075.
- Jayanti, K. D., Faidah, M., Wilujeng, Y. B., & Kusstianti, N. (2025). Konsep Kecantikan dan Perawatan Wajah : Studi Analisis Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 102–108.

- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–10.
- Kompas. (2023). *Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari*. Kompas. https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed., Global Edition). Pearson Education.
- Kotler, Keller, & Chernev. (2021). *Marketing 5.0 Technology For Humanity*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management*.
- Kumparan. (2023). *Skincare China Dominasi Pasar, Bukti Nyata Algoritma Project S TikTok di RI?* Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/skincare-china-dominasi-pasar-bukti-nyata-algoritma-project-s-tiktok-di-ri-2000DZN0U3u/full>
- Mahmudah, R., Akib, N. I., Halik, Ruslin, Hikmah Nurull, Arfan, & Hasanah Restu Nur. (2023). Sosialisasi Penggunaan Skincare dan Kosmetik Yang Aman dan Tepat Bagi Remaja Di Pondok Tahfidz Abdurrahman Bin Auf Kendari. *Mosiraha : Jurnal Pengabdian Farmasi, Volume 1, Nomor 3*, 55–60.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. (2021). *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik* (Vol. 1, Number 1).
- Maria, Y., Hutahaen, T. A., & Basith, A. (2023). Formulasi dan Evaluasi Sediaan Face Mist Spray Minyak Atsiri Serai Dapur (*Cymbopogon citratus*) Sebagai Pelembab. *Indonesian Journal of Health Science*, 3(2a), 2023.
- Nabila, M. (2025). *Asal Usul Skintific yang jadi Brand Skincare Terlaris di Indonesia*.
- Nopitasari, N. A., & Suyatno, D. F. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *JEISBI*, 04, 2023.

- Nurdiyanto, A. D., & Purnomo, M. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 558–570.
- Ong, J., & Anandya, D. (2024). Factors that influence purchase intention social commerce TikTok shop in Indonesia. In *SEAJS (Southeast Asian Journal of Service Management)* *seajsm.org* (Vol. 1, Number 1).
- Pratiwi, N., Hasan, C., & Asrina, A. (2023). Hubungan Pengetahuan Dengan Pemilihan Skincare Pada Remaja Putri Di SMPN 1 Awangpoe. *Window of Public Health Journal*, 630–637.
- Prihandini, F., Sigit, A., & Hadi, P. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. In *Journal Riset Akuntansi*.
- Putri, D., & Dinara, S. L. (2024). Analisis Konsep Diri Gen Z Melalui Konten TikTok Shaza Zhania Sebagai Beauty Influencer.
- Ruggiero, T. E. (2000). *Uses and Gratifications Theory in the 21st Century*.
- Rumaini. (2023). Peran Guru BK Dalam Meminimalisir Kecanduan Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Siswa SMP 18 Banda Aceh.
- Salsabila, A. R., Sudirman, H. A., & Istimaroh. (2025). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Skincare Brand Skintific di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 648–656. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4681>
- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Sasmitasari, D., Pratiwi, E. D., & Kumala Sari, D. I. (2024). Studi Formulasi dan Karakteristik Fisik Serum Spray Kombinasi Ceramide dan Tea Tree Oil serta Uji Aktivitas Antioksidan Menggunakan Metode DPPH. *Majalah Farmasetika*, 9(2), 125. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v9i2.49479>
- Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian yang Ditinjau Dari Citra, Merek, Persepsi, Harga, Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *E-Journal Al-Dzahab*, 4, 92–102.

- Solomon, M. R. ., & Russel, C. A. (2024). *Consumer Behavior : Buying, Having, Being*. Pearson Education (US).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sulistiyowati, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Adiksi Anggota Grup TikTokers di Telegram*.
- Supriady, Sugiarto, A., & Sriyatun. (2025). *User Generated Content, Influencer Tiktok dan Live Shopping dalam Keputusan Pembelian Thrifting* (Vol. 11).
- Susianti, O. M. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18.
<https://doi.org/10.37728/jpr.v9i1.1066>
- Tarumingkeng, R. C. (2024). *Grand Theory, Middle Theory dan Operational Theory dalam Penelitian*.
- Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2024). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Fellow Coffee Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 12(4), 391–402.
- Toji, E. M., & Sukati, I. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop. *Economics And Digital Business Review*, 5, 675–688.
- Trishantini, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetika Perawatan Kulit dan Wajah. *E-Jurnal*, 11, 157.
- Ukkasah, S. A., Ardi, M., & Putra, K. (2021). Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pelaku Usaha Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Edar. *Jurnal Lex Suprema*.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Winoto, A., Supu, M., & Nunu, A. (2026). TikTok Shop: How Social Commerce Shapes Purchase Decisions. *Jurnal Ar Ro'is Mandalika (Armada)*, 6(2).
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. *Outletz Worldwide Indonesia*. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972.
- Yuniarsih, N., Hidayah, H., & Andhini, A. (2023). Formulasi dan Uji Antioksidan Serum Spray Gel Ekstrak Etanol Bunga Kertas. In *Jurnal Ilmiah Farmasi* (Vol. 3, Number 3).

- Zahra, Z., Ayunda P, R., & Naben, M. N. (2023). Analisis “Predatory pricing” TikTok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 1022–1030.
- Zulkarnaen, Z., & Hermawan, A. (2025). Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 285–295.
- Andrian, Christophorus Indra W. P., Jumawan, & M. Fadhli Nursal. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Arsa, M. F., & Tim Skillpedia Indonesia. (2024). *Ebook Sakti TikTok Shop untuk Jualan Online*. Skillpedia.id.
- Azzahra, C. F., Nursanti, A., & Noviasari, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2359–2372.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
- Fitri, F. N., Harits, M. A., & Pramudia, G. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Akun TikTok @Gamedia Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(1).
- Resourcera. (2025). *TikTok Shop Statistics 2025: GMV, Users, and Trends*.
- Suhardiman, A., & Kamaluddin, M. (2022). Literasi Digital Mahasiswa Pengguna TikTok di Universitas Muhammadiyah Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 42–53.
- Siregar, F. Y. (2025). Efektivitas Teks Persuasif dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di Platform TikTok. *Linguistik, Terjemahan, Sastra (LINGTERSA)*, 6(2), 88–92.
- Fadila, N., Zakiah, S. N., Lestari, W., Najia, F., & Husain, F. (2025). Pengaruh literasi digital terhadap perilaku konsumtif masyarakat di era e-commerce. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 162–175.
- Fitri, F. N., Harits, M. A., & Pramudia, G. (2024). Strategi komunikasi pemasaran melalui akun TikTok @Gamedia dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(1), 1–8.

- Nabila Adistri, Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi uses and gratification di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116.
- Suhardiman, A., & Kamaluddin, M. (2022). Literasi digital mahasiswa pengguna TikTok di Universitas Muhammadiyah Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 41–51.
- Winoto, A., Supu, M., Nunu, A., & Armawati. (2026). TikTok Shop: How social commerce shapes purchase decisions. *Jurnal Ar Ro'is Mandalika (ARMADA)*, 6(2), 522–533.
- Yousuf, G. B., & Mathory, E. A. S. (2025). Strategy social media marketing dalam membangun brand engagement pada media sosial My Burger. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2), 207–220.

