

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). Principles of marketing (18th ed.). Pearson Education.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). Integrated advertising, promotion, and marketing communications (9th ed.). Pearson Education.
- Ferdinand, A. (2021). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the new era of influencer marketing: How to be successful on Instagram, TikTok, and other social media platforms. *California Management Review*, 63(1), 5–25.
- Hidayat, R., Putra, A., & Sari, M. (2021). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli produk kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 13(2), 120–129.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management (16th ed.). Pearson Education.

- Lestari, D., & Wijaya, A. (2024). Analisis efektivitas video marketing TikTok terhadap niat beli produk skincare lokal. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 9(1), 45–56.
- Pane, D. N., Dayu, W., & Hasanah, N. (2024). Determinasi minat beli konsumen. PT Serasi Media Teknologi.
- Pratama, A., & Setiawan, B. (2022). Peran digital marketing content dalam meningkatkan minat beli generasi Z pada marketplace. *Jurnal Manajemen Digital*, 4(2), 88–97.
- Putri, N., & Rahmawati, S. (2022). Pengaruh influencer marketing dan konten TikTok terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 52–60.
- Rahmawati, S., & Utami, R. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik lokal. *Jurnal Ekonomi Modern*, 6(2), 55–63.
- Ramadhan, M. (2021). Strategi penetapan harga dan kualitas produk dalam meningkatkan minat beli konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 134–142.
- Salsabillah, N., Putri, A., & Rahman, F. (2023). Pengaruh media sosial TikTok dan kualitas produk terhadap minat beli produk kosmetik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 25–34.
- Saputra, R., Hidayat, T., & Nugroho, D. (2023). Dampak persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 8(2), 112–123.

- Saputri, A., Astuti, M., Kurniawan, R. F., Sholihah, D. R., Natasha, B. R., et al. (2024). Tren minat pembelian online. Deepublish Digital.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryani, T., & Fitri, N. (2025). Pengaruh viral marketing melalui media sosial TikTok terhadap purchase intention produk lokal. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 12(1), 30–41.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran (4th ed.). Andi.
- Utami, R., & Rahmawati, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk skincare lokal. *Jurnal Ekonomi Modern*, 6(2), 55–63.
- Wibowo, A., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 99–110.