

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, F. nur, & Garancang, S. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Annur, C. M. (2023). *Survei: Ponds Jadi Merek Sabun Cuci Muka Terpopuler di Indonesia*. Databoks.Katadata.
- Antika, A., Lu, L. ', & Maknunah, U. (2023). Pengaruh Konten *Marketing* Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar Angkatan 2019) The Effect Of *Marketing* Content On Interest Buy Tik Tok Shop Users. In *Pembelajaran dan Ilmu Sosial* (Vol. 1, Issue 3).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (Y. Arfah, Ed.). Pt. Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books/about/Keputusan_Pembelian_Produk.html?hl=id&id=nTxIEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Ariescy, R. R., Marwadi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). Inovasi Pemasaran Produk UMKM dalam Meningkatkan Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi Sinta*, 4(1), 418–432. <http:jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Arifin, Z., Saes, Wibowo, E. S., & Angellia, F. (2023). *Bisnis Digital Digital Marketing Saat ini (Kemampuan Digital Marketing dengan Menguasai Digital Konten Spesialist pada Masa Society 5.0)*. https://books.google.co.id/books/about/Bisnis_Digital_Digital_Marketing_Saat_i.html?id=Z56oEAAAQBAJ&redir_esc=y

- Ashari, A. A., & Sudarwanto, T. (2022). *Pengaruh Teman Sebaya Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lip Cream The Influence of Peer Group and Social Media on Purchase Decision of Lip Cream Product*. <https://digimind.id/>
- Asosiasi Pemasaran Digital Indonesia. (2021). *Hasil Riset Penjualan Team Asosiasi Digital Marketing Indonesia (www.digimind.id) Periode Februari 2022*. Digimind.Id. <https://digimind.id/data-E-Commerce-indonesia-asosiasi/>
- Azmi, F. F. (2022). *Pengaruh Antara Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, Tangerang Selatan, 2022*. Sensus.Bps. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/308/0>
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). *The Influence of Product Reviews and Marketing Content on TikTok on Scarlett Whitening by Felicya Angelista Purchasing Decisions*. www.mediaindonesia.com
- CNN Indonesia. (2023, August). *Kualitas Udara di Tangsel Tak Sehat pada Sabtu, Terburuk di Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230812125305-20-985246/kualitas-udara-di-tangsel-tak-sehat-pada-sabtu-terburuk-di-indonesia>
- Darmaileny, D., Adriani, Z., Fitriaty, F., Jambi, U., & Penulis, K. (2022). *Pengaruh Tata Kelola dan Kompetensi Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Perilaku Inovatif pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) dalam Wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Barat*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>
- Emita, I., Siregar, O., & Sugeng, I. S. (2022a). *Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening pada PT. Frisian Flag*.
- Emita, I., Siregar, O., & Sugeng, I. S. (2022b). *Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Frisian Flag*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06). <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.439>
- Fadhilah, & Saputra, G. (2021). *Pengaruh Content Marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z*.

- Ferdinan Irawan, D., Sawitri, N., & Silalahi, E. E. (2024). *Pengaruh Content Marketing dan Kolaborasi Brand Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i2>
- Fimela. (2023). *Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal*. Fimela. <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal?page=4>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM Spss 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2021b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. (I. Ghozali, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. <https://digilib.undip.ac.id/2012/10/05/partial-least-squares-konsep-teknik-dan-aplikasi-smartpls-20-m3/>
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I. H. (2023). The Influence of Social Influence and Peer Influence on Intention to Purchase in E-Commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 07, 1.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (D. Gunawan, Ed.). PT.Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=K79mEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2022). *Book Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (J. F. Hair, G. T. M. Hult, & C. M. Ringle, Eds.). Springer. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Harahap, F. A., & Nasution, A. E. (2023). Studi Kinerja Karyawan: Budaya Organisasi dan Stres Kerja Melalui Kepuasan Kerja Pada PT. Perkebunan

- Nusantara II (Persero) Medan. *Jesya*, 6(2).
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1259>
- Harahap, F. A., & Nasution, E. A. (2020). Studi Kinerja Karyawan: Budaya Organisasi dan Stres Kerja Melalui Kepuasan Kerja Pada PT. Perkebunan Nusantara II (Persero) Medan. *Jesya*, 6(2).
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1259>.
- Harahap, K. A. (2023). *Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya*.
- Hendarman, M. N. R., & Andriani, M. (2024). *Pengaruh Social Media Usage, Peer Influence Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Online Marketplace*.
- Hidajat, D., Febry Gilang Tilana, & I Gusti Bagus Surya Ari Kusuma. (2023). Dampak Polusi Udara terhadap Kesehatan Kulit. *Unram Medical Journal*, 12(4). <https://doi.org/10.29303/jku.v12i4.1021>
- IQAir. (2024, September 13). *Kualitas udara di dekat Tangerang Selatan BSD, Serpong*. IQAir. https://www.iqair.com/id/indonesia/west-java/serpong/tangerang-selatan-bsd?srsId=AfmBOop2rw2JM_oPqkoIVwwjQeKwYoYKCK_JVurY6JavM9BSUrHPVo_I
- Irma Salugiasih, L., Pradekso, T., Gono, J. N., & Studi, P. S. (2022). *Pengaruh Nilai Konsumsi Terhadap Minat Beli Lagu Digital BTS pada Komunitas Fandom Army*.
- Jap, C. A., Pertiwi, A. S., Andrew, J., & Eric. (2023). *Efikasi Suplementasi Kolagen Dalam Mencegah Tanda Penuaan*. <https://myjurnal.poltekkes-kdi.ac.id/index.php/hijp>
- Julia Lingga, L., Yuana, M., Aulia Sari, N., Nur Syahida, H., & Sitorus, C. (2024). Sampah di Indonesia: Tantangan dan Solusi Menuju Perubahan Positif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 12235–12247.
- Kotler, P., K. H., & S. I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2021). *Marketing Management* (P. Kotler & L. K. Keller, Eds.). PT. Glora Aksara Pratama.

- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*.
- Lestari, T., Ilyas, F., Rusmayanti, S., Damhudi, D., Studi Manajemen, P., Bina Sarana Informatika, U., & Darma Persada, U. (2024). *Analisis Strategi Bisnis Menggunakan Digital Marketing Pada UMKM Di Era New Normal Pasca Pandemi*. 8(1).
- markethac.id. (2024). *Brand Micellar water Terlaris Tahun 2024*. Markethac.Id. https://www.instagram.com/markethac.id/p/C4PBfMuOtJD/?img_index=3
- Medriadi, M. (2022). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Personil Polresta Padang Dengan Kepuasan Kerja sebagai Pemediasi*. <https://jbe-upiypk.org/ojs/index.php/jbeupiypk/article/view/199>
- Meli, N., Arifin, D., & Permata Sari, S. (2022). *Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card*.
- Muhamad, N. (2024). *10 Merek Pembersih Wajah Terlaris di E-Commerce Semester I 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66c5923ba38a1/ini-10-merek-pembersih-wajah-terlaris-di-E-Commerce-semester-i-2024>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). *Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan pada UMKM Ayam Potong Online Elmonsu*.
- Mulyani, R. S. (2021). *Metodelogi Penelitian*.
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media *Marketing*, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H.

- (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
<https://www.pustakailmu.co.id>
- Pasaribu, A. F., Rahma, T. I. F., & Dharma, B. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, dan Influencer terhadap Minat Beli Produk Skincare pada Mahasiswa*. 10(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Purwanto, Y., Laura, W., Program, S., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser terhadap Purchase Intention pada Brand Skincare Somethinc*. (Vol. 10, Issue 1).
- Putra Aditanaya, I., Sudana, K., Kunci, K., Lokasi, :, Beli, M., & Pembelian, K. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Daerah Sanur Tahun 2021 The Influence of Location and Consumer Buying Interest on Purchase Decisions at Minimarkets in the Sanur Region in 2021*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7129233>
- Putu, N., Dewi, S., Suriani, N. N., & Yogiarta, I. M. (2024). Dipublikasi: 1 Agustus 2024 Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ) Agustus 2024© All Right Reserved Dewi, Ni Putu Sri; Suriani, Ni Nyoman; Yogiarta, I Made. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 6(2), 100–109. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Rafrina, L. (2024). *Perilaku Konsumen*.
- Rahman, T. (2019). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.(Studi Pada Konsumen Caffee Go-Kopi Di Kota Malang)*.
- Regiansa, A., Abdul, D., & Mubarak, A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung). In *Jurnal Ilmu Sosial* (Vol. 1, Issue 1). <https://www.aisi.or.id/statistic>

- Rizaty, M. A. (2024). *Data Produk Kecantikan dan Perawatan Terlaris di E-Commerce pada Kuartal I/2024*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-produk-kecantikan-dan-perawatan-terlaris-di-ecommerce-pada-kuartal-i2024>
- Rose, R. (2023). *Content Marketing Strategy: Harness the Power of Your Brand's Voice* (R. Rose & P. Kolter, Eds.). Amazon. <https://www.amazon.com/Content-Marketing-Strategy-Harness-Brands/dp/1398611506>
- Sagita, A., Natalia, I., & Latuhayu, M. (2024). *Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- Saputra, A., & Novianti. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban*.
- Sarstedt, M., Ringle, M. C., & Hair, F. J. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Sugiyono, Ed.). Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Sugiyono, Ed.). Alfabeta.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). *Instrumen Penelitian*. In *Journal Academia*.
- Sukmawati, E. (2023). *Pengaruh Pertemanan Sebaya Terhadap Perilaku Menyimpang Siswa di Kelas VIII A MTS Az-Zuhriyyah, Jame – Tangerang*.
- Supriatna, A., Gustian Anugrah, T., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, F. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 24, 78–85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7460594>
- TAQIYYA, A. (2024). *Terungkap, Gen Z Paling Percaya Influencer saat Beli Skin Care!* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/terungkap-gen-z-paling-percaya-influencer-saat-beli-skin-care-vpZU7>

- Tari, S., & Hartini. (2021). *Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada "Yourboba" Di Kecamatan Empang)*.
- Top Brand Award. (2024). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=703
- Tri Rachmawan, P., Nita Aryani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara Jl Terusan Candi Kalasan, D., Malang, K., & Timur, J. (2020). Kepemimpinan Spiritual dan Reward Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kualitas Kehidupan Kerja Dan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Spiritual Leadership and Reward on Employee Performance Through Quality Of Work Life and Job Satisfaction as Intervening Variables. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 136–148. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i2.5124>
- Ubaidillah, M. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepatu Merek Lokal di Kota Semarang*.
- Victor Kamanda, S. (2024). *Pengaruh Content Marketing terhadap minat beli produk Cimory pada Sinar Mart*. (Vol. 2, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Vionalita SKM, G. (2020). *Modul Metodologi Penelitian Kuantitatif (KSM361) Modul 9 Populasi dan Sampel*. <http://esaunggul.ac.id/18>
- Wahyuni, S. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga)*. <https://doi.org/10.31602/al>
- Wati, A. R. (2022). *Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee*.
- Windarko, W., Silaban, W. D. C., Maharani, P., & Yusup, T. Y. (2024). Evaluating Customer Satisfaction Through Customer Value: The Role Of Food Quality,

- Service Quality, And Physical Environment. *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*, 3(1), 40–58. <https://doi.org/10.58223/icie.v3i1.322>
- YAZGAN PEKTAS, S., & HASSAN, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, 79–88. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.1.0011>
- Yunalia, M. E., & Etika, N. A. (2020). *Remaja dan Konformitas Teman Sebaya* (M. Yunalia & N. Etika, Eds.; Pertama). Ahlimedia Press. <https://reader5.z-library.sk/?source=c33b11f24d16aeaa6b35061bb2b4303b792c491e5e894781a75b172d4844dac>
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jses.v2i2.38>
- Yusharyahya, S. N. (2021). Mekanisme Penuaan Kulit sebagai Dasar Pencegahan dan Pengobatan Kulit Menua. *EJournal Kedokteran Indonesia*, 9(2), 150. <https://doi.org/10.23886/ejki.9.49.150>
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>