

DAFTAR PUSTAKA

- Taufiqurrahman, R. (2022). *Analisis Perilaku Milenial Terhadap Keputusan Investasi Pada Cryptocurrency (Studi Kasus Indodax Community)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH. Saifudin Zuhri Purwokerto).
- Purboastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Duryat, H. M. (2021). *Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Penguatan Pendidikan Agama Islam di Institusi yang Bermutu dan Berdaya Saing*. Penerbit Alfabeta.
- Risky Ilahi Ruhudiyatin, N. A. (2022). *Mode Overuse Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Perspektif Islam* (Doctoral dissertation, Universitas Kyai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Wiwim, M. (2022). *Upaya Mengatasi Anak Kecanduan Aplikasi Tiktok (Tiktok Syndrome) Didesa Mulyosari Kecamatan Metro Barat Kota Metro* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Zulfikar Hardiansyah, Wahyunanda Kusuma Pertiwi (2023). Duduk Perkara Tiktok Shop Tutup di Indonesia, Bukan Cuma soal Larangan Transaksi. Kompas
- Cindy Nutia Annur (2023). Pengguna Tiktok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS. Databooks
- Risnawati, N. (2021). Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 35-46.

- Yupi, Y., & Putri, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(1), 70-92.
- Kusantati, H., Prihatin, P. T., & Wiana, W. (2008). Tata kecantikan kulit. *Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Jakarta*, 13.
- Octaviani, I., & Fatimah, S. (2023). Indonesia Womens Beauty Trend In Digital Era 4.0. *Jurnal Kronologi*, 5(1), 279-296.
- Ina Ratnasari, S. E. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM: Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh, Kompetitif dan Unggul di Era Revolusi Industri 4.0*. Absolute Media.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 741-773.
- Wiska, M., Resty, F., & Fitriani, H. F. H. (2022). Analisis Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *Manajemen Dewantara*, 6(2), 153-162.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- Rachbini, W. (2023). *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital*. CV. AA. Rizky.
- Wiguna, I. A., Mahyuni, L. P., Sutrisni, K. E., & Yulianti, N. M. D. R. (2021). Membedah strategi co-creation marketing usaha milenial. *INOVASI*, 17(4), 636-644.
- Sari, A. C. M., Purbowati, D., & Fadlillah, F. F. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Iklan Tv Dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 175-190.

SARI, H. F. (2022). *Analisis Customer Engagement Pada Loyalitas Pelanggan Madu Trigona Queeny* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo).

Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., & Suryana, N. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Perspektif Teoritis dan Praktik.

Zarul Amri, Z. (2023). *Analisis Content Creator CV. Ratatia Indonesia Berkah Di Pekanbaru Dalam Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Wiwin Octavia Isroissholikhah, 2022. Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. Vol. 2 No. 1

Hulu, I. *Analisis Konten Media Sosial Tiktok@ Rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter* (Doctoral Dissertation, Kodeuniversitas041060# Universitasbuddhidharma).

Maeskina, M. M., Hidayat, D., & Maharani, I. F. (2021). IPPAR model pendekatan content creator dalam mempertahankan reputasi di media snack video. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 5(2), 161-184.

Julia, D. D. *Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Usaha Chill Bill & Platter)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Margaretta, S. R. (2023). Investigasi Mekanisme Transfer Kepercayaan Berkontribusi Pada Niat Beli Di Facebook Live Streaming: Sebuah Pendekatan Elaboration Likelihood Model.

Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen.

Rizq, S. R. P. (2023). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Merek, E-WOM Terhadap Niat Beli Produk Perawatan Kulit Halal* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Wandini, A. S., Askolani, A., & Pauzy, D. M. (2023). The Effect Beauty Vlogger And Lifestyle On Cosmetic Purchase Decision On E-Commerce Shopee (Survey Of University Of Perjuangan Tasikmalaya Female Students). *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 3(3), 503-516.

Fransiska, P. D. (2023). *Pengaruh Green Marketing, Social Influence, Dan Brand Awareness, Terhadap Purchase Intention Dupa Incense Sticks (Studi Pada Konsumen Dupa Kaori Di Kota Denpasar)* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Febryanty, I., & Suryowati, B. (2021). Faktor Psikologis Dan Kepercayaan Dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), 22-30.

Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). *Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Arwachyntia, S. S., & Sijabat, R. (2022). Analisa pengaruh social media influencer dan social media marketing terhadap brand image serta dampaknya pada purchase intention (studi kasus pada perawatan wajah pria). *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 10(1).

Mumtaz Z & Saino. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen* Vol 13, No 2.

Safrudiningsih, R. D., & Gurning, S. T. Edukasi Dampak Penggunaan Media Sosial (Tik Tok, Youtube dan Instagram) Di Kalangan Anak-Anak. *Prosiding Sendimas*, 8(1), 415-423.

Gani Alcianno.G (2015) Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. Jurnal Mitra Manajemen. Vol 7, No 2 (2015).

Tarigan Ira Modifa (2023) Understanding Social Media: Benefits of Social Media for Individuals. Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 7 NO. 1.

Kusnandar,Viva. (2022) 10 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Indonesia Juara Dua. <https://databoks.katadata.co.id/> . 11 Januari 2023.

Devita,Vivin. (2023) 10 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Indonesia Juara Dua. <https://iprice.co.id/>. 11 Januari 2023

Isroissholikhah, Wiwin. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. Vol. 2 No. 1.

Suyanto, B. (2015). *Metode penelitian sosial: Berbagai alternatif pendekatan*. Prenada Media.

Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).