

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Mamun, A., Naznen, F., Yang, Q., Ali, M. H., & Hashim, N. M. H. N. (2023). Modelling The Significance Of Celebrity Endorsement And Consumer Interest On Attitude, Purchase Intention, And Willingness To Pay A Premium Price For Green Skincare Products. *Heliyon*, 9(6).
- Apsari, A. P., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Make Over Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2024(4), 29–40.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More Than Meets The Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479.
- Fenolychia Dan Soepatini. (2024). Pengaruh Customer Review Dan Influencer Endorsement Terhadap Purchase Intention Pada Produk The Originote Dengan Trust Sebagai Variabel Moderasi.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) In Second Language And Education Research: Guidelines Using An Applied Example. *Research Methods In Applied Linguistics*, 1(3).
- Kotler & Armstrong. (2020). *Principles Of Marketing (Eight European Edit)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Keller. (2016). *A Framework For Marketing Management. In Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1)*.

- Krisdanu, C. A., & Kiranastari Asoka Sumantri. (2023a). Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24–36.
- Krisdanu, C. A., & Kiranastari Asoka Sumantri. (2023b). Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24–36.
- Maulida, L., & Sunarjo, W. A. (2024). Peran Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Make Over Di Media Sosial.
- Maulida, S. R., & Yuana, P. (2024). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 300–311.
- Nuki Adryan, R., Whini Setyahuni, S., Setiawan, A., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Dian Nuswantoro, U. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Influencer Terhadap Minat Pembelian Dengan Keterlibatan Pelanggan Dan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maneksi*, 13(4).
- Nyoman Anjali Seruni, N., Mas Suryaniadi, S., Indah Kusuma Dewi, N., & Negeri Bali, P. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine Pada Generasi Z : Studi Kasus Kabupaten Badung. 8(3).
- Prawira Samudra, J., Liang, W., Ladi, S., Gajah Mada, J., Permai, B., & Riau, K. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z. In *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* (Vol. 5, Issue 1).

- Puspita, C., & Handayani, T. (2024). Pengaruh Endorsment Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z: Studi Empiris. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3632.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee.
- Saheb, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lazada Yang Dimoderasi Promosi Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Gowa. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sugiyono. (2020a). Sugiyono - Kualitatif, Kuantitatif, R&D (2020) .
- Sulung U. Muspawi M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. 5(Universitas Jambi).
- Taufan Andrian Stefanus. (2021). Pengaruh Selebgram Endorser, Online Consumer Review, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Brand Byoote).
- Zahra, K. F., Listyorini, S., Pinem, R. J., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- A.S., S. R., & Syaifullah. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *J-BEST (Journal of Business and Entrepreneurship Studies)*, 3(1)

SC Media. (2024, Maret 8). Wardah Beauty jadi urutan pertama top brand kecantikan di Asia Tenggara. Diakses pada 8 Maret 2025.

Link : <https://www.scmmedia.id/wardah-beauty-jadi-urutan-pertama-top-brand-kecantikan-di-asia-tenggara>

Top Brand Index. Top Brand Index Lip Product 2021 – 2024. Diakses tanggal 18 Februari 2025

Link : <https://www.topbrand-award.com/>

Katadata Insight Center. (2024). Ini merek lipstik favorit perempuan Indonesia, ada favoritmu? Diakses pada 5 Maret 2025.

Link : <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/87fca799e62b931/ini-merek-lipstik-favorit-perempuan-indonesia-ada-favoritmu>

Compas.co.id. (2024). Brand Wardah pimpin top brand lokal kategori lipstik. Diakses pada 5 Maret 2025.

Link : <https://compas.co.id/article/market-insight-brand-wardah-pimpin-top-brand-lokal-kategori-lipstik/>

Katadata Insight Center. (2024). 10 merek lipstik lokal terlaris di Shopee (Juni 2024). Diakses pada 20 Juni 2025.

Link : <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66c592ee1cc57/10-merek-lipstik-lokal-terlaris-di-shopee-juni-2024>

Wardah. (2025). Diakses pada 14 Oktober 2025.

Link : [www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com)

Survei APJII. (2025). Survey Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia. Diakses tanggal 19 Januari 2026.

Link : <https://survei.apjii.or.id/survei/group/11>