

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, R. A., & Sunaryanto, H. (2019). Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) (Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.33369/jsn.4.1.1-9>
- Agustin, Eny Widhia, Mia Hafizah Tumangger, and Axcel Martsanda Pertiwi. 2024. “Study Pustaka Pemilihan Skincare Berdasarkan Komposisi Sesuai Dengan Permasalahan Kulit Wajah.”
- Ahmad, M., T. M. Tumbel, and..... 2020. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis* ... 10(1):25–31.
- Alfian, R., F. W. Nugroho, and L. Yuliana. 2024. “Analysis of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Reputation on Purchase Decisions.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 11(1):63–74.
- Al Kautsar, M. F. (2023). *Pengaruh storytelling dalam video pendek terhadap engagement audiens di TikTok*. IPMI International Business School. Diakses dari <https://repository.ipmi.ac.id/2290/>
- Ambarwati, S., and M. K. Mawardi. 2015. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.” *Jurnal* ... 25(1).
- Anderson, M. (2021). *Teens, Social Media and Technology 2021*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/teens-social-media-and-technology-2021/>
- Ardian, H. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumtif Remaja di Zaman Digital. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v6i1.9301>
- Arfatillah, I. H. (2018). *Pengaruh Product Placement terhadap Minat Beli*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (7th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Berlianti, Dessy Fitria, Ashfa Al Abid, and Arcivid Chorynia Ruby. 2024. “Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7(3):1861–64.
- BPS. (2023). *Statistik Pemuda Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Charla, Uni, and Gita Isyanawulan. 2023. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir.” *Jurnal Empirika* 8(1):58–73. doi: 10.47753/je.v8i1.133.
- Darwin, Muhammad, and Khoirul Umam. 2020. “Analisis Indirect Effect Pada Structural Equation Modeling.” *Nucleus* 1(2):50–57. doi: 10.37010/nuc.v1i2.160.
- Dewi, Isti Riana, Rut Jeges Michel, and Dewi Anggun Puspitarini. 2022. “Pengaruh

- Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon.” *Jurnal Maneksi* 11(1):314–21. doi: 10.31959/jm.v11i1.1080.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Diri, Persepsi, Pengguna Produk, and Kecantikan Di. 2023. “Jurnal Jurnalisme.” 12:12–22.
- Fastmoos.com. n.d. “Nama-Nama Toko Skintific Di TikTok.” 2023. Retrieved (<https://www.fastmoss.com/id>).
- fastmoss.com. n.d. “Fasmoss TikTok Analytic.” 2023. Retrieved (<https://www.fastmoss.com/id/e-commerce/hotvideo>).
- Fauzi, Yayan. 2015. “Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1(03). doi: 10.29040/jiei.v1i03.51.
- Fauziah, Dinda, Hapzi Ali, Adler Haymans Manurung, and Corresponding Author. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).” *Jurnal Siber Multi Disiplin* 1(4):159–72.
- Fitriani, N., & Widodo, H. (2020). *Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa dan Sumber Pendanaan Selama Masa Studi*. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(2), 113-123.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. “PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme.” *Share : Social Work Journal* 10(2):199. doi: 10.24198/share.v10i2.31443.
- Halin, Hamid, Hendry Wijaya, and Rinda Yusilpi. 2017. “Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada Cv. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015.” *Jurnal Ecoment Global* 2(2):49–56. doi: 10.35908/jeg.v2i2.251.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Herawan, S. A., & Erdiansyah, R. (2023). *Efektivitas Kegunaan Product Placement terhadap Brand Awareness Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo*. *Jurnal Prologia*. Retrieved from <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/15813>
- Harnelia, Harnelia. 2024. “Analisis Sentimen Review Skincare Skintific Dengan Algoritma Support Vector Machine (Svm).” *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan* 12(2). doi: 10.23960/jitet.v12i2.4095.
- Haryani, Rani, Dayan Singasatia, and Ismi Kaniawulan. 2022. “Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Tambahan Penghasilan Pegawai (TPP) Dengan

- Metode EUCS (Studi Kasus ASN Di PemKab Purwakarta).” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi* 3(2):277–92.
- Insania Alfi Mesita, and Agus Wahyudi. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan* 1(3):141–51. doi: 10.61132/jeap.v1i3.246.
- Irwanto, and Laurensia Retno. 2020. “Penggunaan Skincare Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram).” *Journal Komunikasi* 11(2):119–28.
- Iqbal, M. (2023). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2023)*. Business of Apps. Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/tiktok-statistics/>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Harris, and Ritzky Karina M.R. Brahmana. 2016. “PENGARUH PRODUCT PLACEMENT PADA FILM INDONESIA TERHADAP BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION MASYARAKAT SURABAYA.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10(1). doi: 10.9744/pemasaran.10.1.20-26.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62.
- Listiani, Nining, and Andi Ismail. 2023. “Pengaruh Promosi, Digital Marketing Dan Brand Awareness Tiktok Terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Di Sampit.” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 6(6):569–75. doi: 10.32493/dr.b.v6i6.31480.
- M, Nurlaily Suwondo, and Ana Noor Andriana. 2023. “Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7(3):1205–26. doi: 10.31955/mea.v7i3.3510.
- Mahardhika, Sunggiale Vina, Iqlima Nurjannah, Isnaini Ila Ma’una, and Zahrotun Islamiyah. 2021. “Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.” *SOSEARCH : Social Science Educational Research* 2(1):40–53. doi: 10.26740/sosearch.v2n1.p40-53.
- MAHENDRA, RIZALDI REZA. 2021. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE MARKETING, ELECTRONIC WORD of MOUTH, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK FELLAS.CO.” *Performa* 6(3):255–64. doi: 10.37715/jp.v6i3.2528.
- Meiriza, M. S., Zai, B., Sembiring, C. A. B., Saragi, J. B., & Tampubolon, M. S. A. (2024). Pengaruh Pendapatan Perbulan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus) di Fakultas Ekonomi UNIMED 2023. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(3), 192–199. <https://doi.org/10.61579/future.v2i3.133>

- Muhtarom, Abid, Muhamad Imam Syairozi, and Reva Desy Rismayati. 2022. "Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16(1):36–47.
- Mulyana, Sri. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Internet Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Daya Saing* 5(1):30–37. doi: 10.35446/dayasaing.v5i1.324.
- Mulyanto, Joshua Jason. 2020. "Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpia Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat." *Performa* 4(1):180–87. doi: 10.37715/jp.v4i1.1515.
- Martoyo, A.T. (2013). The Effect of Product Placement and Brand Awareness to Consumer's Purchase Intention. *Skripsi*, Universitas Sebelas Maret.
- Mayasari, A. K., & Swarnawati, A. (2024). Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45-58.
- Nabil, A., Wirawan, M. A., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 4(1), 38–43. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v4i1.8310>
- Nitami, Dinda Ayu, Nur Asnawi, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. 2023. *The Influence Of Product Placement Skincare MS Glow On Purchase Intention And Brand Awareness As Intervening Variables (Study On MS Glow Skincare Products In Lucinta Luna's Music Video Feat Dede Satria-Tanpa Status) Pengaruh Product Placement Skincare MS* . Vol. 4.
- Nisa, A. R., & Pramudyo, H. (2021). *Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention dengan Product Placement sebagai Variabel Mediasi pada Produk Kosmetik Lokal*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 234-245.
- Nurjanah, S., & Sari, Y. (2017). *Kesiapan Menikah pada Dewasa Muda dan Pengaruhnya terhadap Usia Menikah*. *Jurnal Psikologi*.
- Nurmi. 2015. "Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Telor Ayam Pada PT. Cahaya Anugrah Sentosa Di Kota Makassar." *Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM* 21(Marketing Mix):1–16.
- Oktavia, Yusnia, and Tri Sudarwanto. 2023. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 11(3):240–52.
- Optima Technology. 2024. *Dampak TikTok pada perjalanan pembelian konsumen*. Diakses dari <https://www.optimatechnology.net/id/post/dampak-tiktok-pada-perjalanan-pembelian-konsumen>
- Ordelia, Angelica, Pratiwi Cristin Harnita, Rendy Hermanto Abraham, Fakultas Ilmu, Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen, and Satya Wacana. 2020. "Cordelia." *Women in Shakespeare* 2(5):1711–22. doi: 10.5040/9781623560928.01458.

- Perkasa, Didin Hikmah, and Magito Magito. 2024. "Determinan Faktor Blue Economy Dalam Aplikasi Praktis Sdm Perhotelan Di Pulau Tidung Kepulauan Seribu." *Jesya* 7(1):840–52. doi: 10.36778/jesya.v7i1.1495.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2021). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Putri Diana, Salim Agus, and Athia Ita. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang)." *Jrm* 12(02):2361–70.
- Puskomedia. (2024). *Pemanfaatan teknik penyuntingan audio untuk mendongkrak kualitas suara dalam konten multimedia*. Puskomedia Indonesia. Diakses dari <https://www.puskomedia.id/blog/pemanfaatan-teknik-penyuntingan-audio-untuk-mendongkrak-kualitas-suara-dalam-konten-multimedia/>
- Prasetyo, R. A., & Asiyah, U. (2020). Konsumsi Sinergistik Produk Kecantikan: Studi Pembentukan Perilaku Konsumsi Sinergistik Pada Komunitas Perempuan Muslimat di Surabaya Oleh Produsen Kosmetik X. *Media Trend*, 15(2), 1–12. <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v15i2.3923>
- Rahmawati, Jenia Hanindita, and Muhamad Ahsan. 2021. "Demam Korea: Minat Beli Terhadap Produk Kecantikan Korea (K-Beauty)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(4):1516–28. doi: 10.26740/jim.v9n4.p1516-1528.
- Rofiudin, Mohammad, Moh Shabry, and Nurjahja Juniarsa. 2022. "Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya." *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 19(2):2022.
- Sahban, Muhammad Amsal. 2024. "Optimasi Keterampilan Pengolahan Data Penelitian Bagi Dosen Melalui Program Pelatihan Berbasis Teknologi Menggunakan Aplikasi SEM PLS, VOSVIEWER DAN ATLAS.TI." *Communnity Development Journal* 5(4):6354–60.
- Santika, Erlina F. 2023. "Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?" Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-merek>).
- Sari, Saidah Putri. 2020. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1):147. doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Setiabudi, Nicholas Anthony, Ignatius Wisnu Prabaseno, and Catharina Aprilia Hellyani. 2023. "Pengaruh Influencer Terhadap Brand Awareness Dari Produk Skincare." *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan* 14(5):537–48.

- Setianingrum, A., Widiastuti, C. T., & Universari, N. (2021). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Solusi*. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>
- Shopee, Di, Dela Aulia, Putri Aulia, and Muhammad Sahka Fauzan. 2025. "Prosiding Seminar Nasional Manajemen Survey Terhadap Minat Belanja Online Produk Skincare Skintific." 4(1):290–94.
- Silitonga P, Sehendro R. 2022. "Meningkatkan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Studi Kasus Di Skye Resturant & Bar." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 1(12):1805–18.
- Statista. (2024). *Number of TikTok users worldwide from 2019 to 2024*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1267892/tiktok-global-users/>
- Suciawan, Chyntia Christina, and Tina Melinda. 2022. "Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue." *Performa* 7(4). doi: 10.37715/jp.v7i4.2009.
- Sugara, R. P., & Tobing, R. (2022). Pengaruh Product Placement dalam Drakor Little Women dan Product Quality terhadap Purchase Intention: Studi Kasus Kopiko Coffee Candy Blister Pack. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 1946.
- Sugiyono, Dr. 2018. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ke 2. edited by M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd.
- Sundari, A. N., Agustin, R., & Wulandari, A. S. 2024. Pengaruh Tiktok terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kecantikan dan Skincare "Somethinc" Secara Online.
- Tandiono, Evy, and Julivan Rumambi. 2013. "Analisa Pengaruh Product Placement Dan Brand Recall Volvo Terhadap Sikap Konsumen Dalam Film ' Twilight Saga: Breaking Dawn (Part 2).'" *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(1):1–8.
- Teni, and Agus Yudiyanto. 2021. "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu." *Jurnal Pendidikan Indonesia* 2(1):105–17. doi: 10.36418/japendi.v2i1.73.
- Tika, Kartika Asri, K. Y. E. Napitupulu, Mujito, and Hari Subagyo Wawan. 2023. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Pizza Orins Cabang Pondok Gede Jakarta." *Economicus* 17(2):166–77.
- TikTok dan Kantar. 2022. TikTok Works: Does attention on TikTok translate to business impact? https://ads.tiktok.com/business/en-AU/blog/tiktok-works-does-attention-on-tiktok-translate-to-business-impact-sea?utm_source
- Utami R.A, and Kussudyarsana. 2024. "Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azarine Cosmetic Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen." *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 25(02):1–6.
- Verbeke, Alain, Robin E. Roberts, Deborah Delaney, Peter Zámorský, Peter Enderwick, and Swati Nagar. 2020. "International Business Research."

Contemporary International Business in the Asia-Pacific Region 15(2):252–94. doi: 10.1017/9781316999615.010.

- Vidmod. 2023. Report Reveals Key Visual and Creative Ad Strategies for Hooking TikTok Audiences. https://www.adweek.com/adweek-wire/report-reveals-key-visual-and-creative-ad-strategies-for-hooking-tiktok-audiences/?utm_source
- Widayanti, Oktavia Wahyu. 2020. “Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness ‘Mie Sedaap Cup’ Film ‘Cinta Brontosaurus’ Di Kalangan Remaja Surakarta.” *Jurnal Common* 3(2):181–94. doi: 10.34010/common.v3i2.1685.
- Widiyanti, Dhea, and Puspita Sari Sukardani. 2022. “Product Placement Permen Kopiko Pada Drama Korea ‘Vicenzo’ Terhadap Minat Beli Konsumen Indonesia.” *Commercium* 05(02):94–99.
- Wijayanto, Indra, and Sri Setyo Iriani. 2013. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Ilmu Manajemen* | 1:910–18.
- Yanti, N. P. D. S., & Purnami, N. M. (2024). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Viral Marketing terhadap Purchase Intention Produk Avoskin Beauty. *Journal Research of Management*, 2(1), 21-30.
- Yunianto, D. 2022. *Mengapa konten TikTok mampu memengaruhi keputusan pembelian?*. Marketeers. Diakses dari <https://www.marketeers.com/mengapa-konten-tiktok-mampu-memengaruhi-keputusan-pembelian/>
- Yunpeng, W., & Khan, M. (2023). Understanding the effect of online brand experience on customer satisfaction in China: a mediating role of brand familiarity. *Journal of Brand Management*, 30(4), 1698–1711. <https://doi.org/10.1002/csr.2445>
- Zahrah, Mellya Embun Baining, and Dessy Anggraini. 2024. “Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Ekonomi Islam ARTICLE INFO.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 17(1):235–49.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2008). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zap Clinic & Markplus. (2018). Zap Beauty Index: Pola Kebiasaan Perempuan Indonesia dalam Kecantikan. <https://editorial.femaledaily.com/blog/2019/08/21/kebiasaan-perempuan-indonesia-soal-kecantikan>