

DAFTAR PUSTAKA

- Akun Tiktok resmi produk Skintific @skintific.id mengenai penggunaan produk Skintific
https://www.tiktok.com/@skintific_id/video/7236024662348631301?lang=id-ID
- Adaby, O. C., & Nurhadi, N. (2022, September). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 12(1), 35-46.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 908–921.
- Ahmad, M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 25–31.
- American Marketing Association. (n.d.). Purchase intention. American Marketing Association. Retrieved January 14, 2025, from <https://www.ama.org>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2080.
- Aziza, U. L. N., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1).
- Baumann, L. (2008). Understanding and treating various skin types: the Baumann Skin Type Indicator. *Dermatologic clinics*, 26(3), 359-373.
- Citra, D. A., & Oktavani, F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Everwhite Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 9(3).
- Dani, N. R. (2024). Pengaruh Content Marketing di TikTok terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Gen Z: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Teuku Umar. *Ekodestinas*, 2(1), 67-75.
- Darwati, A. M., & Yulianto, E. (2019). Pengaruh Penggunaan Western Model sebagai Brand Ambassador terhadap Sikap pada Iklan serta Dampaknya terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69(1), 10.
- Dewi, N. P. A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Minat Beli Carasun. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(5), 478-487.

- Farage, M. A. (2019). The prevalence of sensitive skin. *Frontiers in Medicine*, 6(May), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fmed.2019.00098>
- Faradilla, M. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York melalui Sikap pada Iklan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 97–104.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Janah, N. R., & Suswardji, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 4(2), 690–697.
- Kontan.co.id. (2019). “Pasar Produk Perawatan Kulit Punya Potensi Berkembang”. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang> [Diakses, 11 Oktober 2022].
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurnia, R. A. D., Masitoh, M. R., & Huddin, M. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram McDonald’s Indonesia). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(1), 23-37.
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Lista, S. O., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Agnez Mo terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Malhotra, R., & Khanna, M. (2017). An empirical study for software change prediction using imbalanced data. *Empirical Software Engineering*, 22, 2806–2851.
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775-2790. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.903>.

- Moksaoka, I. M. W., & Rahyuda, I. K. (2016). Peran Brand Image dalam Memediasi Country of Origin terhadap Purchase Intention (*Doctoral dissertation, Udayana University*).
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41-49.
- Napitu, R., Sinaga, M. H., Munthe, R. N., & Purba, J. W. P. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare Emina Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 78-94. <https://doi.org/10.36985/dxn0sv53>.
- Nazir, M. (2009). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurdin, S., & Wildiansyah, V. (2021). Peran Mediasi Citra Merek pada Hubungan Antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) oleh Beauty Vlogger dan Minat Beli Produk Kosmetik. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(1), 11-20.
- Permadi, T. A., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan eWOM terhadap Minat Beli Produk Everwhite di Surabaya. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2), 186-193. <https://doi.org/10.24127/jm.v17i2.1091>
- Prawira, Bayu, & Ni Nyoman Kerti Yasa. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3647-3648.
- Prayogi, S., Santosa, A., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). The influence of product quality, prices, and promotions on interest in buying Sri Sulastri's Batik. *None*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
- Puspa, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/102002>.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 744-752. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>.
- Sagir, J., Pandika, N. S., & Darwini, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Country of Origin terhadap Minat Beli Konsumen pada Skincare Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125-142.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (18th ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi: Yogyakarta.
- Wardhana, H. W., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Yuliani, Y. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-wom) dan Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi melalui Media Instagram dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Yoel, D. A., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 136-144.
- ZAP Beauty Index. (2018). Hasil survey zap beauty index terkait industri kecantikan. Retrieved from <https://www.kirani.id/hasilsurvey-zap-beauty-index-terkait-industrikecantikan/>