DAFTAR PUSTAKA

Aminah, F., Zaini, A., & Rachmi, A. (2025). Pengaruh Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty pada Wardah Cosmetic di Kota Malang. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(1), 579–589. https://doi.org/10.62710/39qttd75

APJII. (2025). *Survei APJII Profil Internet Indonesia 2025*.

Aprilliyah, R., & Chairil, A. (2025). Analisis Konten Personal Colour Media Sosial dalam @wardahbeauty. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, *8*, 14057–14061. http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id

Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (revisi). Simbiosa Rekatama Media.

Atsiilah, G., & Hermawati, T. (2025). Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Di Kalangan Followers Akun Tiktok @TASYAFARASYA. *Jurnal Komunikasi Massa*, *18*(1), 11–18. https://jurnal.uns.ac.id/kom/

Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *6*(3), 2022.

Azzahro, S. (2024). *Pengaruh User-Generated Content Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Mie Gacoan (Studi pada Generasi Z di Kota Malang)*.

Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.

Cahyadewi, N. (2025). *Pengaruh Konten Tiktok Tutorial Makeup Tasya Farasya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan*. https://repository.bsi.ac.id/repo/files/478683/download/Skripsi-44211247-_-Nadila-Cahyadewi.pdf

Creswell. (2024). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications, Inc. https://archive.org/details/researchdesignO000unse

Damayanti, I. A. (2024). *Perancangan User Interface Dan User Experience Personal Color Test Sebagai Upaya Penunjang Penampilan Generasi Z*.

Dentsu. (2024, August 8). *15 Cara Memahami Karakter Gen Z & Menyesuaikan Strategi Marketingnya*. https://www.dentsu.com/id/en/insights/our-blog/karakter-gen-z.

DSG Consumer Partners. (2024, April 12). *In My Glow Up Era: A Look Into Indonesia's & Philippines' Gen Z Beauty Consumers*. Https://Www.Statista.Com/Outlook/Cmo/Beauty-Personal-Care/Southeast-Asia. https://www.dsgcp.com/insights/in-my-glow-up-era-id-ph-gen-z-beauty

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, *59*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

El Gendi, R., & Clark, M. (2025). How Can Climate for Innovation Lead to A Better Customer Experience? Insights from A Major Egyptian Telecommunications Company. *Journal of Business and Management Sciences*, *13*(4), 102–111. https://doi.org/10.12691/jbms-13-4-3

Fauzy, A., Nisa, B., Napitupulu, D., & Abdillah, F. (2022). *Metodologi Penelitian* (R. Briliant & E. Safitry, Eds.). CV. Pena Persada.

Fera Anggraini, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, *3*(1), 62–73. https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450

Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen* (5th ed.). Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handoko, B. (2024). Pendekatan Lemeshow untuk Penentuan Sampel pada Populasi yang Tidak Diketahui – Accounting. *accounting.binus.ac.id*.

Hartono, B. (2020). Strategi Inovasi Produk Wardah Cosmetics Di Era Disruption. *UHAMKA*. http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/1357/1/10.%20.BDH%2010%20rekognisi%20wardah%20kosmeik%202020.pdf

Hildawati, Suhirman, L., Prisuna, B., & Husnita, L. (2024). *BUKU AJAR Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com

Ikhsan, M., & Daherman, Y. (2022). *Pengaruh Terpaan Tayangan Review Gadget Di Youtube Terhadap Minat Beli Anggota Komunitas Game @Freefireriau*. *10*(2), 421–431.

Jakpat. (2024, January 11). *Exploring the Beauty Trends of Makeup and Skincare Products in Indonesia*. Https://Insight.Jakpat.Net/Exploring-the-Beauty-Trends-of-Makeup-and-Skincare-Products-in-Indonesia/.

Janah, I. (2024). *Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Merek Nigoo)*.

Kustiawan, W., Ramadhan, M., & Habiibii, M. (2025). *Analisis Penggunaan Tik-Tok Terhadap Gaya Hidup Generasi Z*. *9*, 5035–5041.

Mardhatillah, A., & Alfian, A. (2025). Pengaruh Customer Experience dan Konten Media Sosial Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Skincare GladGlow Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. *Journal of Business Economics and Management*, *2*(1), 1581–1588.

Oktavina, S., Haro, M., Rosmaya, D., Khoirunnisa, S., Maghfiroh, A., & Nurhayati, I. (2025). Pengaruh Media Sosial sebagai Sumber Inspirasi Makeup dan Hairdo

dalam Mata Kuliah Pengantin Internasional. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, *2*(2), 266–275. https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4300

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Source: Journal of Marketing Research*, *17*(4), 460–469.

Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K., & Aji, R. (2022). *Metodologi Penelitian* (A. Muhaimin, Ed.). MEDIA EDU PUSTAKA. www.mediaedupustaka.co.id

Pratama, D. R., & Arief, M. (2025). Pengaruh Customer Experience Terhadap Purchase Intention Dengan Social Influence Sebagai Variabel Mediasi Pada Tokopedia. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, *22*(2). https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359

Roichah. (2023). *Pengaruh Beban Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Perawat (Studi Pada Perawat Di Igd Rsud Jombang*.

Salsabilla, R., Daherman, Y., & Oktalisa, N. (2024). *#SHOPEEHAUL TikTok Content Exposure On Students' Purchase Decisions In Pekanbaru City*. *1*(1), 64–76.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communications*.

Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing: A critical review. *Review of Marketing Research*, *10*, 25–61. https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006

Sirisayan, P. (2022). *Personal Color Analysis Based On Color Harmony For Skin Tone*. Chulalongkorn University.

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com

Wardah. (2023, November 8). *Mau Tahu Personalized Color Kamu? Ini 4 Tipsnya!* https://www.wardahbeauty.com/id/news/mau-tahu-personalized-color-kamu-ini-4-tipsnya.

Yunanda, V. (2022). *engaruh Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Skincare Rannia di Kota Metro.*

Zulfikar, R., Permata Sari, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Annisa, S., Budi Kusumawardhani, O., Mutiah, atul, Indrakusuma Linggi, A., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)* (Evi Damayanti, Ed.). Widina Media Utama. www.freepik.com