

DAFTAR PUSTAKA

- Alghozy, R. (2020). Strategi social media marketing pada usaha kuliner Krr's Otentik malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2, 1–17.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6506/5678>
- Amalina, A. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @Mizoneid)*. 4, 1–12.
- Angelia, D. (2021). *Tren Produk Kecantikan di Indonesia Tahun 2021*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/12/28/mengintip-tren-produk-kecantikan-di-indonesia-tahun-2021>
- Ariadi, S., & Saino. (2014). *Sigit Ariadi dan Saino; Pengaruh Media Sosial ... 2*.
- Awali, F. P., & Astuti, R. T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Activities Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty: Peran Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–15.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Binwani, K. J., & Ho, J. S. Y. (2019). Effects of Social Media on Adolescents. *International Multilingual Academic Journal*, 1(2), 1–10.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*.
- Databoks.id. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021 | Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Databoks.id. (2022). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021 | Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Donna. (2020). *Apa Itu Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)?*
<https://www.ertriindonesia.com/apa-itu-pemasaran-media-sosial-social-media-marketing/>

- Erdoğmuş, İ. E., & Çiçek, M. (2012). The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(September 2014), 1353–1360. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1119>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hannief, S. M., & Martini, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal. *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 1(2).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Haryanti, R. (2017). Krim Pemutih Wajah dan Keamanannya. *Farmasetika.com (Online)*, 2(3), 5. <https://doi.org/10.24198/farmasetika.v2i3.15888>
- Höfer, L. (2021). *The Impact of social media marketing on customers ´ purchasing intention in the cosmetics industry*. May, 1–68.
- Hootsuite, (We Are Social). (n.d.). *Hootsuite (We are Social)*. Diambil 17 Juli 2022, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Imron, ahmad syaifulloh, Wardani, niken hendrakusma, & Rokhmawati, retno indah. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(9), 9.
- Kemendikbud. (2020). Statistik Pendidikan Tinggi (Higer Education Statistic) 2020. *PDDikti Kemendikbud*, 81–85. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management **MARKETING MANAGEMENT** Marketing Management. In *Marketing Management*.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Detremining Sample Size For Research Activities. *Advanced Public and Community Health Nursing Practice: Population Assessment, Program Planning and Evaluation, Second Edition*,

- 38, 127–153. <https://doi.org/10.1891/9780826138446.0006>
- Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh media sosial, harga, kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online. *Jebdeker*, 2, 10–18.
- Lastary, L. D., & Rahayu, A. (2018). Hubungan Dukungan Sosial dan Self Efficacy dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Perantau yang Berkuliah Di Jakarta. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 17–23.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Mahdi, M. I. (2021). *Persentase Pemuda Indonesia Cenderung Turun dalam Sedekade*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/persentase-pemuda-indonesia-cenderung-turun-dalam-sedekade>
- Meiryani, D. (2021). *Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah – Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-composite-reliability-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Neviani, C. Z. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Akun Instagram @tereskomika Malang). In *World Development* (Vol. 1, Nomor 1). <http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007%0Ahttps://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023%0Ahttp://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Nisrina, R. M. (2019). Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Influencer Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik L’Oreal Di Counter. *Repository.unpas.ac.id*, 16–45. <http://repository.unpas.ac.id/40683/>
- Nova, H. (2021). *Data Penjualan Kosmetik Wajah, Brand Lokal Kuat Bersaing*. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>
- Nugroho, R. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Loyalitas Merek Pengguna Ponsel Xiaomi*. 8, 1689–1699.
- Nuraripin, A. (2021). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Loyalitas

- Merek (Survei pada Pelanggan Sepatu Nike Untuk Tujuan Pemakaian Casual di Grup Facebook Indonesia Sneaker Team). *Universitas Pendidikan Indonesia*, 062.
- Nurdiansyah, R. (2021). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Brand Equity, Dan Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ms Glow Skincare Ngunut Tulungagung*. <http://scholar.unand.ac.id/60566/>
- Nuryama, R. (2022). *Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia Pada 2022 - TiNewss*. <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617991/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada-2022>
- Nusaresearch. (2020). *Laporan Penelitian - Laporan Tentang Makeup Routine | Nusaresearch*. https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nrsr
- Peraturan.bpk.go.id. (2010). *Permenkes No. 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tahun 2010 tentang Izin Produksi Kosmetika [JDIH BPK RI]*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/129878/permenkes-no-1175menkesperviii2010-tahun-2010>
- Petra, U. K. (2013). *LANDASAN TEORI Social Media Marketing dan Definisi Social Media Marketing*. 8–13.
- Pratiwi, Z. D. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Equity Dan Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Mahasiswa lain Ponorogo Skripsi Oleh : Zelin Dinda Pratiwi NIM 210717261 Pembimbing : Moh . Faizin , M . S . E . JURUSAN EKONOMI SYARIAH*.
- Purnomo, S. M., & Isharina, I. K. (2013). Pengaruh Twitter Account @IniBaruHidup sebagai Social Media terhadap Loyalitas Merek Nescafe Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–9.
- Putra, A. F. A. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediator*. 9–25.
- Qiutong, M., & Rahman, M. J. (2019). the Impact of Cosmetics Industry Social Media Marketing on Brand Loyalty: Evidence From Chinese College Students. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(2), 1–15.
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab*, 2(1), 47.

<https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423>

- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Reis, G. C. (2021). *Effectiveness Of Social Media Marketing Strategies For Beauty Instagram Account*.
- Researchgate.net. (2019). *The Nielsen’s classification of the Indonesian socioeconomic segments † | Download Scientific Diagram*. https://www.researchgate.net/figure/The-Nielsens-classification-of-the-Indonesian-socioeconomic-segments_tbl2_335618589
- Rosyadi, M. Z. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. 1, 14–23.
- Savitri, G. (2021). *Pengaruh Media Social Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Akun Instagram @ Pesenkopi _ Id Malang)*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*.
- Setiadi, D., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2018). Analisis Faktor Advantageous Campaign , Relevant Content , Popular Content , Frequently Update Content , Various Platform And Application Terhadap Brand Loyalty Pada Bonolo.id. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(12), 7357–7366.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Shandi, agil putra. (2011). Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Kartu Indosat Im3 Di Kota Semarang. *Journal of Brand Management*, 1(1).
- Statista.com. (2022). *Most internet users by country | Statista*. <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Vol. 15, Nomor 2).
- Suryadinatha, R. H., & Hendrawan, Di. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengakses Akun Twitter Garuda Indonesia @ Indonesiagaruda Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

FEB Universitas Brawijaya, 3(2), 1–13.

Susilo, C. J. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Serbuk Jelly Nutrijell*.

<http://kc.umn.ac.id/id/eprint/10360%0Ahttp://kc.umn.ac.id/10360/3/LAMPIRAN.pdf>

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Electro. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/388>