

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i4.40796>
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6488–6498.
- Fadhilah, & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh Content Marketing dan E-WOM Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 17(3), 505–512. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Rahayu, D. (2020). THE EFFECT OF e-WOM AND BRAND LOVE ON THE PURCHASING DECISIONS IN ONLINE SHOPPING. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 8(2), 57–64. <https://doi.org/10.46961/jip.v8i2.159>
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) P-ISSN 2337-6078 Volume*, 10(1), 1583–1590.
- Zayyan, S., & Saino. (2021). The Effect of Using the Tik Tok Application as a Promotional Medium and The Glow Up Trend on Interest in Buying Beauty Products. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.
- Sidi, Agus Purnomo. (2022). Urgensi Selebriti Endorser, Harga dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. MDP Student Conference, 1(1), 127–133.
- Octafiany, Dhea Noer, dan Sylvie Nurfebiaraning. 2021. “PENGARUH CONTENT MARKETING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SEPATU COMPASS.” *Jurnal Manajemen* 8924-8934.
- Yuniarti, Kartika, dan Abdul Somad. 2018. “PENGARUH REFERENCE GROUPS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN.” *Jurnal Management* 136-149.

- Lumba, Maria Gracella. 2019. "PERAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY DAN WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PRICE PADA PEMBELI IPHONE DI SURABAYA." *Manajemen Bisnis* 1-6
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). Kotler P. *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Educ Int. 2012. *Pearson Education International*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran)*. In Edisi Millenium, Jilid 1.
- Amalia, chairina debika. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Riau.
- Sidi, Agus Purnomo. (2022). Urgensi Selebriti Endorser, Harga dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *MDP Student Conference*, 1(1), 127–133.
- Anggraeni, A. (2015). Pengaruh Brand Love, Brand Personality, dan Brand Image Terhadap Word Of Mouth Pada Fashion Anak Muda Di Jakarta. *Jptn*, 4(2), 203-211. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin lane keller. (2016). *Marketing Management*. Global Edition.