

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Anggraeni, A., & Muh.Sabir. (2024). *ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DI KOTA TIMIKA*. 2(10), 1–23.
- Atthahirah, A., & Agustini, P. M. (2024). *Kepuasan Konsumen dan Reputasi Merek Terhadap Brand Loyalty Daviena Skincare Amienah Atthahirah , Prima Mulyasari Agustini Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial , Universitas Bakrie , Indonesia Kata Kunci : Behaviorisme , Kepuasan Konsumen , Reputasi Merek , B. 5(4)*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). Penerbit ANDI.
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). 5,065 > T. *Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*, 8(5), 6488–6498.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16484>
- Diandra, N. M. A. P., & Rahanatha, G. B. (2024). *Pengaruh Content Marketing , Harga , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian PENJUALAN BITTERSWEET BY NAJLA BALI PADA E-COMMERCE TAHUN 2023*. 20(September).
- Elizabeth, Pradiptha, N. P., Setiono, D., Putra, D. P., & Putra, R. W. (2024). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran , Kualitas Produk , dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop Abstrak*. 5(3), 2548–2560.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

- Hidayat, D. N., Sari, P. A., Triyana, E., & Gunawan, F. (2024). *PENGARUH LABEL HALAL, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN(STUDI KASUS GENERASI Z DI CIREBON)*. 2(2), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Indahlya, A., Bachri, S., Sutomo, M., & Dwiwijaya, K. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, ContentMarketing, Dan Electronic Word of Mouth TerhadapKeputusan Pembelian Di Tiktok Shop(Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen (JREM)*, 15(4), 1–19. <https://jurnalhost.com/index.php/jrem/article/view/868/1077>
- ISTIASIH, H. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Income Anggota Dwp Upt Psda Ws Brantas Di Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 29–39. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v1i2.17985>
- Julianty, R. E., Wijaya, S., & Saputra, V. A. D. (2025). *Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Daviena Skincare Dikota Palembang*. 3(1), 135–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1057>
- Nur, F., & Safitra, R. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen TikTok Shop Mahasiswa Universitas Budi Luhur)*. 1(5), 138–147.
- Nuraini, K. D., & Putra, F. I. F. S. (2024). Mengapa Para Netizen Memutuskan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc? Pengaruh Influencer, Live Streaming dan Program Flash Sale. (*DINAMIKA*) *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 26–37. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/417>
- Pramana, M. A., Ismail, N., & Al-Ayubi, S. (2024). *Label Halal dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Kasus Gen Z di Jabodetabek)*. 14(2), 182–190.
- Priya Zenita, B., & Restuti, P. (2024). Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement dari Influencer Muslim Purchasing Confidence in Skincare Products Through Endorsements from Muslim Influencers. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(2), 143–160.

<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1407>

- Pulizzi, J. (2019). *Epic Content Marketing, Second Edition* (kedua). McGraw-Hill Education.
- Puspitaningrum, I. A., & Kadi, D. C. A. (2023). Pengaruh Fitur Live Streaming, Content Marketing, Dan Platform Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ms Glow Kota Madiun). *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi, September*.
- Rahayu, T. S. M., & Resti, H. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 17(1), 64–76.
- Rizqina Mardhotillah, R., Putri, E. B. P., Rasyid, R. A., & Sahrin, L. A. (2022). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 13–16.
<https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2790>
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (T. Koryat & I (eds.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sahripah, N., & Barata, F. A. (2024). Pengaruh Influencer, Content Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Generasi Z Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Neraca Manajemen*, 6(10).
- Sari, W. N. K., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). *PENGARUH PROMOSI ONLINE , ULASAN PRODUK DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MADUMONGSO BU BINTI DI*. 2, 400–409.
- Tohari, A. (2022). *STATISTIKA DESKRIPTIF untuk Ekonomi dan Bisnis*.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis*.
- Tri, H., Putri, M., & Aprizal, Y. Z. (2024). Pengaruh Iklan , Sistem COD dan Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Gen Z di Kota Jambi pada Aplikasi Tiktok Shop dalam Perspektif Ekonomi Islam. 5(3), 418–430.
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Wati, H. N., & Mukhroji. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA,*

KESADARAN HALAL, KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LARUTAN CAP BADAQ. 9(5).

Widada. (2018). *Media Sosial dan Live Streaming*. urnal Ilmiah d'Computare.

Yunita, I., & Subiyantoro, H. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Potongan Harga, Ulasan Produk dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa UBHI Prodi Pendidikan Ekonomi)*. 3, 858–873.

Yuswono, I., Turmudhi, A., Ristianawati, Y., Pratitorini, M. D., & Salim, N. (2024). Digital Marketing Sebagai Pengungkit Kinerja UMKM Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 3(2), 82–88.