

Daftar Pustaka

- Alya, K., Alya, S. K., Najmi, B., Alya, P. S., Fauziáh, F. N., Nazhirah, H. M., Azlia, M., Sofa, N., Nayyara, N. S., Wijaya, R., & Rozak, A. (2024). Analisis pengaruh influencer terhadap keputusan pembelian skincare dan make up di kalangan GenZ. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(3), 19–30. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v2i1.3101>
- Azhari Munir, & April Laksana. (2024). Peran media sosial X dalam perkembangan komunikasi di era digital. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Alvi-ana Mawarda, & Fani- Firmansyah. (2024). Pe-ngaruh Conte-nt Marke-ti-ng Dan I-nflue-nce-r Marke-ti-ng Te-rhadap Ke-putusan Pe-mbe-li-an De-ngan Brand I-mage- Se-bagai Vari-abe-l Me-di-asi-: Studi- Pada Pe-mbe-li-an Produk Luxcri-me- Di- Kota Malang. *Al-Kharaj: Jurnal E-konomi-, Ke-uangan & Bi-sni-s Syari-ah*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i5.2525>
- E-rwi-n, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). *The- I-nflue-nce- Of Soci-al Me-di-a I-nflue-nce-rs On Ge-ne-rati-on Z Consume-r Be-havi-or In I-ndone-si-a. We-st Sci-e-nce- I-nte-rdi-sci-pli-nary Studi-es*, 1(10), 1028–1038. <https://doi.org/10.58812/Wsis.V1i10.317>
- Ghozali-, I.. (2021). *Apli-kasi- Anali-si-s Multi-vari-ate- De-ngan Program I-BM SPSS 26* (E-di-si- 10). (Hlm. 8) Badan Pe-ne-rbi-t Uni-ve-rsi-tas Di-pone-goro
- Ghozali-, I.. (2018). *Apli-kasi- Anali-si-s Multi-vari-ate- De-ngan Program I-BM SPSS 26* (Ke-se-mbi-lan). (Hlm. 120). Se-marang: Badan Pe-ne-rbi-t Uni-ve-rsi-tas Di-pone-goro
- Ghozali-, L. (2016). *Apli-kasi- Anali-si-s Multi-vari-ate- De-ngan Program I-BM SPSS 23*. E-di-si- Ke-de-lapan. Ce-takan Ke-de-lapan. (Hlm. 47) Badan Pe-ne-rbi-t Uni-ve-rsi-tas Di-pone-goro. Se-marang.
- Khoirotunnisaa, N., & Vania, A. (2024). Pengaruh content marketing dan online customer review terhadap purchase decisions (studi pada konsumen cushion Instaperfect pada aplikasi Shopee di Kota Malang). *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(4), 61–70. <https://doi.org/10.8734/musytari.v10i4.6938>
- Mulyono. (2022). Influencer marketing sebagai strategi pemasaran di era pandemi Covid-19. *Jurnal Web Informatika Teknologi (J-WIT)*, 7(2), 1–10. <https://ejournal-wit.ac.id/index.php/J-WIT/article/view/100>
- Nofalestiyani, D., & Purwanto. (2023). Analisis pengaruh influencer marketing dan brand love terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 29669–29679. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11690>
- Ne-raca Manaje-me-n, E-konomi- Vol 7 No 4 Tahun 2024 Pre-6i-x DOI-: 10.8734/Mnmae-. V I.2.359
- Ozue-m, W., & Wi-lli-s, M. (2022). I-nflue-nce-r Marke-ti-ng. In Di-gi-tal Marke-ti-ng Strate-gi-e-s For Value- Co-Cre-ati-on (Pp. 209–242). *Spri-nge-r I-nte-rnati-onal Publi-shi-ng*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94444-5_10
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Farhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia*

- (BIIKMA), 2(1), 65–71.
<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma/article/view/1032>
- Pinto, P. A., & Paramita, E. L. (2021). Social media influencer and brand loyalty on Generation Z: *The mediating effect of purchase intention*. *Diponegoro International Journal of Business*, 4(2), 105–115.
<https://doi.org/10.14710/dijb.4.2.2021.105-115>
- Ramadhan Saputra, D., Afif Ardianto, B., Sabdiel Punanta Tarigan, L., Dicky Octavian, W., & Nyoman Sawitri, N. (2024). Pengaruh kepuasan konsumen, daya tahan, kesadaran merek produk skincare Somethinc terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee pada Generasi Z. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(4), 531–544.
<https://doi.org/10.62017/ijesm.v2i4.298>
- Randi Saputra, & Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. (2024). Proyek pemasaran digital di sosial media dan e-commerce melalui pembuatan content marketing dan advertising campaign untuk meningkatkan brand awareness Racabel. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Razak, I. (2023). The role of digital marketing for Generation Z. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 7(1.1).
<https://doi.org/10.29099/ijair.v7i1.1.1044>
- Rizalsjah, V. S., & Sulistyowati, A. (2025). Pengaruh influencer marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Skintific di Bekasi. *TSAQOFAH: Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5(5), 4993–5004.
<https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i5.6954>
- Sakitri, G. (2021, 3 Juli). Selamat datang Gen Z, sang penggerak inovasi! *Koran Jakarta*. <https://koran-jakarta.com/selamat-datang-gen-z-sang-penggerak-inovasi>
- Sarlini, H., Hutabarat, Y. D., Rahmayani, E. S., & Pangestoeti, W. (2025). Analisis pengaruh kenaikan PPN terhadap konsumsi barang kebutuhan sekunder oleh masyarakat kelas menengah di Indonesia. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 35–47. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4860>
- Saroyini, P., & Putri, A. N. P. (2024). The influence of influencer marketing strategy on Generation Z consumer purchasing behavior. *Asian Journal of Management Analytics*, 3(4), 949–970. <https://doi.org/10.55927/ajma.v3i4.10834>
- Siagian, S., & Maulidian. (2024). Pengaruh influencer terhadap brand awareness melalui media sosial. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis (JKMB)*, 2(2), 105–116. <https://doi.org/10.62017/jkmb.v2i2.1469>
- Wadu, R. M. B., & Wirawan, R. (2024). Analisis pengaruh ketersediaan, kualitas produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Macbook di Jakarta Selatan. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 329–339.
<https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.2176>
- Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian Somethinc di Surabaya dimediasi oleh brand image. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 687–699.
<https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806>

- Yuli Anita, S., Indrianna Meutia, K., Yuntina, L., Fachrial, P., & Eko Widodo, R. (2024). Analisis perilaku dan kompetensi Generasi Z di sebuah perusahaan dalam mendukung keberlangsungan organisasi. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(6), 462–472. <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i6.1011>
- Yanti, T. U., & Lu, C. (2024). Analisis pengaruh influencer marketing, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui platform TikTok (studi pada pengguna produk Skintific di Kota Bandung). *MANOR: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 6(2), 152–165. <https://doi.org/10.47354/mjo.v6i2.969>
- Zed, E. Z., Munthe, M. L., Ningrum, R. D. S., Nurfatimah, S., & Lestari, N. (2024). Peran influencer marketing dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk kecantikan sunscreen Azarine. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(6), 51–58. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/1730>