

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph. 2016. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pada Produk Perawatan Kulit (Skincare) Jurnal." Universitas Mataram, 1–23.
- Anna Wulandari dan Heru Mulyanto. 2024. Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta. Vol. 1. www.publisher.alungcipta.com.
- Ayu Puryanti, Sri Ernawati, and Julaiha Julaiha. 2024. "Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Makanan Pada UMKM Kota Bima." *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2 (3): 273–95. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.988>.
- Apriliani, I. (2016). Pengaruh Rasionalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online di Kalangan Mahasiswa. Skripsi. Universitas Negeri Jakarta.
- Aiman, M., Fadillah, A., & Nurhadi, R. (2022). Teknik Sampling dalam Penelitian Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). Iklan dan Promosi: Perspektif Komunikasi Pemasaran Terpadu (terjemahan). Jakarta: McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (2012). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Pengambilan Keputusan Heuristik. *Tinjauan Tahunan Psikologi.*, 62, 451–482.
- Habibah, Siti, M.Fadhli Nursal, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. 2025. "Pengaruh Influencer, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian the Originote Melalui Minat Beli(Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)." *SINERGI : Jurnal Riset Ilmiah* 2 (2): 1082–92. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i2.956>.
- Hidayat, R., & Ramadhan, A. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Produk Kosmetik di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 112-123.
- Jatmiko, Bambang. 2015. "AKUNTANSI MANAJEMEN."
- Juliani. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen: Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 45–53.
- Kurniawan, Marvin Leonardo. 2023. "Pengaruh Rasionalitas Konsumen Terhadap Pembelian In-App Purchase Pada Game Genshin Impact." Seminar

Nasional Ilmu Terapan 7 (1): E40-1-E40-9.
<https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/sniter/article/view/563>.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia, revisi). Jakarta: Pearson Education.

Kusnendi. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Kusuma, A. (2019). Persepsi konsumen dan ekspektasi dalam pembelian produk kosmetik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(3), 45-58.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Daring). Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

Munthe, N B, and R S M Hendry. 2025. “Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Daviena Skincare Di Toko Selly Kosmetik Kota” *Economics and Digital Business ...* 6 (2): 1055–66.
<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/2380%0Ahttps://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/2380/1590>.

PerBPOM. 2020. “Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 6 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.” Bpom, no. 884, 5–24. <https://jdih.pom.go.id/download/product/1560/6/2024>.

Prasetyo, B., & Santoso, E. (2023). Studi Karakteristik Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Lokal. *Jurnal Manajemen Konsumen*, 5(2), 98-110.

Rahman, M. M., & Yousaf, A. (2019). Efek minat beli terhadap perilaku pembelian konsumen smartphone. *Jurnal Analisis Pemasaran*, 8(4), 170-182.

Rahayu, D., & Sulistyono, S. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Konsumen dalam Menghadapi Isu Overklaim Produk. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(1), 67-81.

Subagyo, and Ananda Nasyatul. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall.” *Jurnal Manajemen* 5 (1): 42–58.
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A. B. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.

- Setiawan, R. (2022). Dampak Kepercayaan Konsumen terhadap Klaim Produk di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 88-99.
- Santoso, S. (2015). *Metode Statistik untuk Penelitian (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tajvidi, Mina, Marie Odile Richard, Yi Chuan Wang, and Nick Hajli. 2020. "Brand Co-Creation through Social Commerce Information Sharing: The Role of Social Media." *Journal of Business Research* 121 (January): 476–86. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.008>.
- Tsaqif, Gattan Qilabi, Hanifah Ulfa Tri Hidayah, Putri Ananda, and Lilik Sumarni. 2025. "Analisis Manajemen Reputasi Pada Brand Skincare 'The Originote.'" *HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara* 2 (2): 227–34. <https://doi.org/10.62180/men86f56>.
- Tulung, Lingkan. 2018. "Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado." *E-Journal Acta Diurna* 4 (5): 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>.
- <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-tiktok-di-indonesia-2024/>
- <https://vt.tiktok.com/ZSru64ddk/>
- <https://vt.tiktok.com/ZShp1fQps/>
- <https://muse.jhu.edu/pub/1/article/950589/pdf>
- <https://www.chatdesk.com/tiktok-campaigns-and-case-studies>
- https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933?utm_source
- <https://theoriginote.id>
- <https://sumedang.jabarekspres.com/2023/08/24/skincare-the-originote-punya-siapa-produknya-bagus-banget>