

DAFTAR PUSTAKA

- Guba, Egon. G. 1990. *The Paradigm Dialog*. Sage Publications. Newbury Park.
- Indrawan, Rully. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Refika Aditama. Surabaya.
- Jesselyn, Eunike. 2024. Analisis Regresi User Generated Content Terhadap Brand Image Produk Skintific Di Aplikasi TikTok Untuk Generasi Z. *Prologia*. 8(1): 184-193.
- Jesselyn, Eunike. 2024. Analisis Regresi User Generated Content Terhadap Brand Image Produk Skintific Di Aplikasi TikTok Untuk Generasi Z. *Prologia*. 8(1): 184-193.
- Kerenhapukh, Gracella. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk @camille Beauty Melalui Media Instagram Dalam Membangun Brand Awareness. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.
- Kotler., Philip., dan Lane Keller, Kevin. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Jakarta.
- Livia, Laurencia. 2023. Korelasi Kualitas Penggunaan Fitur Live Streaming Shopping Tiktok Skintific Dengan Keputusan Pembelian Oleh Followers Tiktok@Skintific_Id. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Manzilati, Asfi. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*. UB Press. Malang.
- Marwick, A. E., dan Boyd, D. 2011. I tweet honestly, i tweet passionately: Twitterusers, context collapse, and the imagined audience. *New Media and Society*. 13(1), 114-133.
- Morrisan. 2019. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana. Jakarta.
- Mulyawan, Arif., Arifin, Suprpto Hadi., dan Wirakusumah, Kurnia. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Trans Studio Bandung Dalam Menumbuhkan Minat Konsumen Untuk Berkunjung. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*. 1(1): 1-14.
- Pradnya Pratiwi, Made., Suwendra, I Wayan., dan Yulianthini, Ni Nyoman. 2015. Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha*. 1(7): 86-103.
- Priyatna., Soeganda., dan Elvinaro, Ardianto. 2008. *Komunikasi Bisnis*. Wijaya Padjadjaran : Bandung.
- Sembiring, Junaidi Pranata. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling Dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. Vol. 2 No. 1.

- Sitompul, Eva Elfira. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meraih Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Marketing Pt Railink ‘Kereta Api Bandara Internasional Kualanamu’ Dalam Upaya Meraih Konsumen). *Jurnal Marketing Communication Strategy*. 1(9): 120-149.
- Solomon, M. R., dan Rabolt, N. J. 2009. *Consumer Behavior in Fashion*. Pearson/Prentice Hall.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Alfabeta. Bandung.
- Sukrillah, Ratnamulyani, dan Kusumadinata. 2017. Pemanfaatan Media Sosial melalui Whatsapp Group FEI Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95-104.
- Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Widada, C. K. 2018. Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23-30.
- Zhang, M., Oin, F., Wang, G. A., dan Luo, C. 2020. The impact of live video streaming on online purchase intention. *Service Industries Journal*. 40(9-10); 656-681.
- Myindibiz, “Jadi Skincare Viral, Inilah Strategi Marketing Skintific di TikTok”, <https://myindibiz.co.id/success-story/jadi-skincare-viral-inilah-strategi-marketing-skintific-di-tiktok> diakses pada Juli 2024
- Anissa Damayanti & Elke Alexandrina, “Faktor Keberhasilan Promosi SKINTIFIC dengan Mengimplementasikan Digital Marketing Pada TikTok”, *Journal of Research on Business and Tourism*, Vol. 3, No. 2, 2023
- Deshinta Maia, *et.al.*, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Skintific di Kalangan Milenial”, *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa (JIKMA)*, Vol. 2, No. 2, 2024
- Audy Yudistira Lenggihunusa, *et.al.*, “Analisis Penggunaan Live Shopping TikTok Dalam Mendorong Minat Beli Konsumen Skintific”, *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 13, No. 1, 2024
- Muhammad Bintang Priyono & Dian Permata Sari, “Dampak Aplikasi TikTok dan TikTok Shop Terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 9, No. 17, 2023
- Swesti Mahardini, *et.al.*, “Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta”, *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, Vol. 6, No. 1, 2023