

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, N., & Yoedtadi, M. G. (2019). Pemanfaatan media sosial oleh komunitas historia Indonesia. *Prologia*, 3(2), 393-400.
- Ariesandy, P., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Ariesta, I., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Produk Kartu Halo Pt. Telkomsel West â€“Jabodetabek. *eProceedings of Management*, 6(2).
- A Yaumil Anugrah Magfirah, Agung Widhi Kurniawan, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND UNIQLO PADA GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen FEB UNM)
- Burgess, E. (2016). 11 essential stats for influencer marketing in 2016. <http://www.ion.co/11-essential-stats-for-influencer-marketing-in-2016>
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh *sales promotion dan influencer marketing* terhadap minat membeli dalam mobile legends. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45-55.
- Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). Pengaruh Lokasi,Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2625>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran *Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing* dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1348-1358. *International Management*, 28(4), 100950. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100950>
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). *Pengaruh social media marketing, brand awareness* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128-136.

- Lee, J. Y., Yang, Y. S., Ghauri, P. N., & Park, B. Il. (2022). The Impact of Social Media and Digital Platforms Experience on SME International Orientation: The Moderating Role of COVID-19 Pandemic. *Journal of*
- Lubis, E. E., & Fauzi, V. P. (2016). *Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Papilaya, Y., & Kramadibrata, B.S.(2023). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AEROSTREET: STUDI PADA KONSUMEN AEROSTREET KEDOYA UTARA. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 21-35.
- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Putri, J. N. P., Listyorini, S., & Budiatmo, A. (2023). THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS (STUDY ON CONSUMERS OF POND'S PRODUCTS IN SEMARANG CITY). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 922-923.
- Putri, S. M., & Rosmita, R. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Sosial*, 2(1), 86-97.
- Ramadhanti, P., & Zaini, A. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BITES CAKE MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 93-96.
- Ratri, D. (2022). *Influencer Marketing: Definisi, Manfaat, Tips, dan Cara Memilihnya*. Bisnis Lain Pemasaran. <https://qontak.com/blog/influencer-marketing/>
- Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare pada Masyarakat Generasi Z Kecamatan Pancur Batu (Studi pada Konsumen Produk Skincare Merek Ms Glow).
- Salhab, H. (2024). *Social media marketing — Rise of social media influencer marketing and Instagram*. 8(8), 1–13.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.
- Simbolon, P. S. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Shopee. *Galang Tanjung*, 2011,1–

13.<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6456>
<http://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/6456/>

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.

Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Consumer Decision Process: Impact of Influencer s in the Fashion Industry. *SCMS Journal of Indian*

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta

Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. CV Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Cv Alfabeta *Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Madame Gie (Studi Kasus Pada Siswi SMA N 1 Peranap)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174.

Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing Dan Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174.

Welyza, W. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Selebriti Endorser Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Madame Gie (Studi Kasus Pada Siswi SMA N 1 Peranap)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.

Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 37-47.