

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Nugroho, T. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass (Studi Pada Konsumen Sepatu Compass Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023, May). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN BARANG THRIFT MELALUI INSTAGRAM DI SOLO RAYA. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 455-466).
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh influencer social media terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di kota surabaya. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51-59.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh influencer social media terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di kota surabaya. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51-59.
- Amalia, S., & Primadini, I. (2024). Inovasi Strategi Konten di Good News From Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 225-240.
- Amin, M. M., & Taufiqurahman, E. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 648-659.
- Anufia, B., & Alhamid, T. (2019). Instrumen pengumpulan data.
- Aini, W. N. (2021). Strategi Pemasaran Menggunakan Influencer dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Umama Scarf pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.
- Apriani, W., & Fadilla, S. P. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 239-259.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 553-564.

- CHANDRA SAHPUTRA, C. H. A. N. D. R. A. (2023). *PENGARUH INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA XINONABOBA KAPUAS KOTA BENGKULU* (Doctoral dissertation, Universitas Dehasen Bengkulu).
- Ci, A. M., & Raymond, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2).
- Dewi, D. S., & Murtadlo, K. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Akun Tiktok@ Deliwafa. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 168-180.
- Elkana Putra Dufhastan, R., & Sri Padmanty, M. B. A. (2021). *Pengaruh Influencer, Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Farrell, J. R., Campbell, C., & Sands, S. (2022). What drives consumers to engage with influencers?: Segmenting consumer response to influencers: Insights for managing social-media relationships. *Journal of Advertising Research*, 62(1), 35-48.
- Felix, A., Briyanti, D. O., Young, F. M., Livaro, I., & Wijaya, W. (2023). Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding Di Platform Tiktok. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 5(2), 92-100.
- Ibrahim, F. E., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). Pengaruh kerjasama tim terhadap kinerja karyawan di PT LION Superindo. *Jurnal Arastirma*, 1(2), 316-325.
- Irawan, I. A., & Kamil, I. (2022). Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Promosi Penjualan, Brand Image, Dan Harga. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, 2(2), 9-18.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi penelitian*. Syiah Kuala University Press.
- Istanti, E. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Surabaya. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 3(2), 234-246.

- Khalida, L., Fauji, R., & Maulidina, M. (2022). Pengaruh Brand ambassador dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 360-374.
- Kurniawan, D. M. (2023). Pengaruh Beauty Influencer Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline New York (Studi pada Penonton Video TikTok Laura Siburian). *Universitas Lampung*.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian (studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33-38.
- Luisa WM, L. W., Letícia T, L. T., Francielle B, F. B., Raquel D, R. D., Patricia Dörr de Q, P. D. D. Q., Kateryna Z, K. Z., ... & Fatima MB, F. M. (2015). Culture-independent analysis of bacterial diversity during bioremediation of soil contaminated with a diesel-biodiesel blend (B10) S.
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh penilaian produk, promosi dan layanan COD (Bayar di tempat) Terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal of economics and business*, 6(2), 498-505.
- May, M. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT. Bintang Pinang Cemerlang Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 4(3), 111-115.
- Purba, F. B., Tanjung, D. S., & Gaol, R. L. (2021). The Effect Of Paikem Approach On Students' Learning Outcomes on The Theme of Lingkungan Sahabat Kita At Grade V SD Harapan Baru Medan Academic Year 2019/2020. *Jurnal PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(2), 278-286.
- Purba, B. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Media Sosial Facebook.