

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2558>
- Arhoha, G. A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3820>
- Ariyanti, N., Marleni, & Prasrihamni, M. (2022). Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan pada Siswa Kelas I di SD Negeri 10 Palembang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 1450–1455. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/5462>
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O. ., & Loindong, S. S. . (2024). Pengaruh Corporate Reputation Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang Dimediasi Oleh Trust. *400 Jurnal EMBA*, 12(03), 400–411.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Galih, firmas D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>
- Ghozali. (2022). Metodologi Penelitian. *Paper Knowledge . Toward a New History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Haikal, F., Islam, U., Sumatera, N., Saragih, L. N., Islam, U., Sumatera, N., Meyshintia, N., Islam, U., Sumatera, N., Syariah, P., Negeri, U. I., & Utara, S. (2025). PERAN INFLUENCER MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI E-COMMERCE. 3(1), 275–287.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Hastiana, A. T., & Astuti, R. D. (2023). Analysis of the influence of influencer marketing credibility on purchase intention in indonesian local brand skincare industry. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 399–409.
- Henry Simamora. (2019). Pengambilan Keputusan Bisnis. In jakarta: Salemba Empa.

- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Ichwan, N. A. R., & Irwansyah. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer Pada Akun Youtube Tasya Farasya Dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 18–33.
- Iii, B. A. B. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. 56–73.
- Iii, B. A. B. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. 56–73.
- Jimea, Mea, I., Nyoman, N., Seruni, A., Suryaniadi, S. M., Indah, N., & Dewi, K. (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN BRAND AZARINE PADA GENERASI Z : STUDI KASUS KABUPATEN BADUNG JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(3), 885–900.
- Jurnal, J., Mea, I., Nyoman, N., Seruni, A., Suryaniadi, S. M., Indah, N., & Dewi, K. (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN BRAND AZARINE PADA GENERASI Z : STUDI KASUS KABUPATEN BADUNG JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(3), 885–900.
- Keiser, S., & Tortora, P. G. (2022). Social Media Influencer. *The Fairchild Books Dictionary of Fashion*, 2017, 143–143. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.2548>.
- Keiser, S., & Tortora, P. G. (2022). Social Media Influencer. *The Fairchild Books Dictionary of Fashion*, 2017, 143–143. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.2548>
- Khaerani, R. A., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 310–317. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28097>
- Listra Situmorang. (2020). Pengaruh Influencer Marketing dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kembali Pada Produk Skin Care MS Glow di Kota Medan. *Repository.Uhn.Ac.Id*, 2020, 1–25.
- Listra Situmorang. (2020). Pengaruh Influencer Marketing dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kembali Pada Produk Skin Care MS Glow di Kota Medan. *Repository.Uhn ^c Id*, 2020, 1–25.
- Manik, C. D., Salim, A., & Sugiyarto, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97.
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97.
- Mokoagow, M., Sendow, G., & Lumantow, R. (2061). Pengaruh Pemberdayaan Pegawai, Etos Kerja Dan Perilaku Organizational Citizenship Behaviour Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Walikota Kotamobagu the Effect of Employee Empowerment, Work Ethos and Organizational Citizenship Behavior on Employee Performan. *Jurnal EMBA*, 10(4),

2061–2071.

- Mutiara, A. T., Sukoco, I., Barkah, C. S., Jamil, N., Novel, A., & Padjadjaran, U. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk scarlett whitening melalui peran influencer marketing. 22(3), 174–186.
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness terhadap Keputusan Pembelian kosmetik make Over (Di Royal Plaza). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 07(02), 1–4. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/30171/27649>
- Panjaitan, I. P., & Sitompul Ningsih, S. W. (2017). BAB II (1).pdf (pp. 25–26). [http://repository.unimus.ac.id/774/3/BAB II.pdf](http://repository.unimus.ac.id/774/3/BAB%20II.pdf)
- Panjaitan, I. P., & Sitompul Ningsih, S. W. (2017). BAB II (1).pdf (pp. 25–26). [http://repository.unimus.ac.id/774/3/BAB II.pdf](http://repository.unimus.ac.id/774/3/BAB%20II.pdf)
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 済無No Title No Title No Title. Journal GEEJ, 7(2).
- Rida Ayu Pratiwi, & Syaiful Syaiful. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(2), 34–44. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.