

## DAFTAR PUSTAKA

- A Anggraini, T. (2017). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.
- Adriana, I. L., & Widodo, T. (2019). Peran Brand Awareness dan Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap E-wom dan Komitmen Pelanggan Tokopedia. 6.
- Annur, C. M. (2022). ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Cavazza, N., & Guidetti, M. (2014). Fake online reviews:A study on eWOM influencewhen suspicions arise. PSICOLOGIA SOCIALE. <https://doi.org/10.1482/76369>
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, and S. (2021). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. Business Perspectives and Research, 9(1), 77–91. <https://doi.org/10.1177/2278533720923486>
- Clarissa Safira Maharani, T. w. (2022). Pengaruh Influencer Review dan Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Avoskin. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang* .
- Daniel Belanche, L. V.-S. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 186-195.
- Desy Monicha L.A, A. K. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Celebrity Endorser Terhadap Electronic Word Of Mouth Engagement Pada Minat Beli. *Jurnal Management*.
- Dominyka Venciute, I. M. ( 2023). The role of influencer-follower congruence in the relationship between influencer . *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Friana Amelia Ibnu Wasiat, E. B. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *Sinomika Journal*.
- Fandy, T. (2017). *Stratgi Pemasaran, Edisi Kedua. Cetakan Keenam*. Yogyakarta: Eniy.

- Giri Maulana Arief, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *Jurnal Manajemen Bisnis* .
- Ghozali. (2014). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015a). Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd Ed). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015b). Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital. Jawa Timur: Yayasan Kita Menulis.
- Indah Respati Kusumasari, M. D. (2023). Peranan Media Sosial Insagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Bisnis Indonesia*.
- Jojok Dwiridotjahjono, V. R. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *JOURNAL OF MANAGEMENT AND SOCIAL SCIENCES* .
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi 13. Erlangga.
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Manajemen* . New Jersey: Prentice Hall.
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over ( di Royal Plaza ). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- NealSchaffer. (2020). Influencer Marketing Efficiency Decreases. NealSchaffer . <https://nealschaffer.com/>
- Nisa, F., & Kristaung, R. (2022). 869-Article Text-3585-1-10-20220728. E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.
- Prayogi Ariesandy, D. A. (2019 ). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Rusdi Hidayat Nugroho, A. S. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.

- Rusdi Hidayat Nugroho, U. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*.
- Siti Ning Farida, L. E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Skincare POND'S. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). 195-Article Text-1255-1-10-20210910. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R.D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Kencana.
- Susanto, W. K., & Keni. (2019). Pengaruh Social Network Marketing (Snm) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4910>
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Yanda Bara Kusuma, S. P. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Netflix. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5 (6), 2815-2825.