

DAFTAR PUSTAKA

(Aeni & Muhammad (Aeni & Muhammad Hidayat, n.d.), n.d.; E-Chapter_ManajemendanStrategiPemasarandalamBisnis, n.d.; Indarto & Farida, 2022; Laraswati & Harti, 2022; (Sri Wahyu & Tata Niaga, 2023) & Tata Niaga, 2023)

(Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Adha, Shultonnyck; Fahlevi, Mochammad; Rabiah, Arbi Siti;. “Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand.” Journal of Industrial Engineering & Management Research, 2020: Vol.1(127).

Aeni, F., & Muhammad Hidayat, H. (n.d.). PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI PRODUK PRIVATE LABEL.

Aeni, F., Hidayat, M., & Fitriany, F. (2023). PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI PRODUK PRIVATE LABEL. *The Manusagre Journal*, 1(2), 216–230. Retrieved from <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/tmj/article/view/3533>

Akbar, M. F., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2021). Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD. 2(1), 21–28.

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

An’umillah, Y. S., & Zulestiana, D. A. (2022). Pengaruh Influencer Social Media

- Anggraini, E. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian
- Anjani, R. F., & Siregar, S. (2021). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk multivitamin enervon-c pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 396–412.
- Annur, C. M. (2022). ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 26320–26332.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 26320–26332.
- Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah. (2020). manajemen pemasaran. CV BUDI UTAMA.
- Brahim Eli Nur. Muh. (2021). produk kreatif dan kewirausahaan (Venan Anantya (ed.)). Andi.
- Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada E-Commerce Sociolla).
- Devi Dwi Kurniawan, Kharisma Nawang Sigit. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral AQUA Di Indomaret Subuh Kabupaten Batang. *Ekbis*. Vol.2 No.2 November 2020
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>

e-Chapter_ManajemendanStrategiPemasarandalamBisnis. (n.d.).

Ely, Erinawati. dan Badrus Suryadi. 2021. Penataan Produk. Gramedia Widiasarana. Indonesia

Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(2), 201–223.

Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(2), 201–223.

Ferdinand, Augusty. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Girsang, Chyntia Novi;. “Pemanfaat Micro-Influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di Era Digital.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020: Vol.12 No. 2 (210).

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. 2020. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.

Hartono, (2020). Menjadi kaya dengan UKM otomatis.

<https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-6493159/daftar-brand-hijab-terkenal-di-indonesia-yang-murah-hingga-mahal>

<https://www.kajianpustaka.com/2021/04/perceived-quality-persepsi-kualitas.html>

Ilham, I. (2021). Pengaruh Influencer Review Pada Instagram Terhadap Minat beli

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.

- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- IndartoA., & FaridaS. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258-1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–49. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44>
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–49. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44>
- Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Irvanto, Ogy dan Sujana. “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 108-109 dan 123.
- Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,10(3), 965. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.4352>
- Kataria, Sonia & Saini, Vinod. (2019). The mediating impact of customer satisfaction in relation of brand equity and brand loyalty: An empirical synthesis and re-examination. *South Asian Journal of Business Studies*. ahead-of-print. 10.1108/SAJBS-03-2019-0046.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (15e Global Edition)*. Pearson Education.

Kurniawan, I. M. H., & Suhaimi, H. (2021). Local Influencer Endorsements Impact on Consumer Purchase Intentions: A Replication Study for The Indonesian SMEs. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.2.161>

(Laraswati & Harti, 2022), C., & Harti, H. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>

Laraswati, C., & Harti, H. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. In *BISNIS & MANAJEMEN* (Vol. 12). <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

Lengkawati, Arti Sukma;. “Pengaruh Influencer marketing terhadap keputusan pembelian (Studi pada Elzata Hijab Garut).” *Prismakom*, 2021: Vol. 18 No.1.

Lestari, Elsanty Mega, Moh Farid Nadjib, and Widi Senalasar. 2021. “Pengaruh Review Influencer Terhadap Minat Beli UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19.” *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*: 1022–28.

Marina, Jesica; Yuliana, Fitria; Puspitasari, Putri;. “The Influence of Influencer on A Brand Promoted Through Social Media (Instagram).” *Economics & Business*, 2020: 1.

Produk Wardah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017

Rosyidi Ririn, (2020). buku monograf pengendalian kualitas.

Saepudin, E. (2022). Ekosistem Industri Halal. *Proceeding Series on Social Sciences & Humanities*(Vol. 5, Hal. 40). <https://doi.org/10.30595/pssh.v5i.420>.

- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Shofiyana “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” *Manajemen Syariah*. Vol. 1 No.2 Juli 2020
- Sri Wahyu, W., & Tata Niaga, P. (2023). PENGARUH INFLUENCER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PRODUK TAS DI KALANGAN MAHASISWA KOTA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* / Sugiyono .2019
- Sulthana, A. & Shanmugam, Vasantha. (2021). Mediating role of perceived quality between social media trust and purchase intention. *Materials Today: Proceedings*. 10.1016/j.matpr.2020.11.573.
- Suparman, S. (2020). Pelaksanaan Manajemen Arsip Dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Pegawai. *Studia Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi*, 2(2), 42–57.
- Suprpto, R., & Setyawardani, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 684-698. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.476>
- Wahyu, W., & Saino, S. (2023). PENGARUH INFLUENCER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PRODUK

TAS DI KALANGAN MAHASISWA KOTA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 262-268.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p262-268>

Widodo, A., et al. 2022. The Role of E-Trust and E-Service Quality on E-Loyalty of E-Banking Consumers in Tangerang. *Pinisi Discretion Review*. Vol. 5, No. 2, pp 301-308.

Wilujeng, Nur. 2020. "PENGARUH INFLUENCER SEBAGAI STRATEGI MARKETING DI ERA DIGITAL."

Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Woran, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Kpop Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado.

<https://matamaya.id/article/influencer-marketing-indonesia/4-jenis-influencer-berdasarkan-followers-media-sosial>

<https://ikhwanalim.com/strategi-pemasaran/>