

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Aliyanti, F. E., & Moumtaza, F. Z. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, *Influencer Marketing* dan *Brand Image* pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Busana Muslim. *AJIE*. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art3>
- Anggraini, F., Ahmadi, M. A., & Surakarta, U. M. (2025). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : *Literature Review*. 3.
- Ayuningtiyas, C. A., & Usman, O. (n.d.). *The Influence of Influencer Marketing and Brand Image on Purchasing Decisions Through Purchase Intention for Somethinc Products (Case Study on Students of Jakarta State University)*. 1159–1176.
- Cecilia, A. A., & Osly, U. (2024). The Influence of *Influencer Marketing* and *Brand Image* on Purchasing Decisions Through Purchase Intention for Somethinc Products (Case Study on Students of Jakarta State University). *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 2(1).
- Dairina, L. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4392/286>
- 5
- Herdiana, A., Priyana, I., Sarifiyono, A. P., & Annisa, S. (2024). Content Marketing

- dan Self-Image Congruence terhadap Purchase Intention Generasi Z di Tiktokshop Ribsgold. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 250–260. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41047>
- 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.
- Labibah, I. F., & Sonja, A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing , Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific (Studi Pada Followers Tiktok @skintific_id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 86–94.
- Mahendri, W., & Lutfi, M. (2022). Pengaruh Social Media Influencer, Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(2), 154–163. <https://doi.org/10.30737/jimek.v5i2.3231>
- Nur, F. S., Lailly, D. W., & Widayanti, S. (2024). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Konsumen Durian Di King Goval Farm, Gresik). *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 8(1), 35–46. <https://doi.org/10.36355/jas.v8i1.1304>
- Prananda Putri, J. N., Listyorini, S., & Budiarmo, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond'S Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 922–933.
- Purba, D. G., & Nurbasari, A. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Influencer Marketing on Consumer Purchasing Decisions for Azarine Skincare Products at Maranatha Christian University. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, VIII(2), 146–163.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Online*.

Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 5(1), 25–36.

- Rahma, L. D., Sholihin, U., & M, A. P. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Online Shop. *Musytari: Neraca Manajemen Ekonomi Dan Akutansi*. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2610>
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. 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). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 885–900.
- Shalihah, N. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok. *02(04)*, 794–805. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarga, H. E., Rofiq, I. S., & Yulianto, F. M. (2024). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO STORE THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS ON ERIGO STORE PRODUCTS
- Syakinah, W., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Online Consumer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 163–170. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v7i1.37553>