

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, and Wisely Liang. 2021. "Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 5(1):15. doi: 10.30829/komunikologi.v5i1.9272.
- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansya. Sella Venanza. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam." *URNAL AKTIVA : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (!):44–53.
- Anggraeni, Ratna Fransiska, and Siti Aminah. 2023. "Pengaruh E-WOM Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Revlon Di Kabupaten Jombang." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(2):2861–69. doi: 10.47467/alkharaj.v6i2.4509.
- Anggraini, Fera, Mirzam Arqy Ahmadi, and Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2025. "Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z : Literature Review." 3.
- Anhar, Ganda, Vivi Nila Sari², and Della Asmaria Putri³. 2025. "Pengaruh Brand Image Dan Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Balisijuk . Id Payakumbuh Jauh Perusahaan Tersebut Dapat Memuaskan Kebutuhan Dan Keinginan Pasar Sasarannya." 3.
- Anjani, Sari, and Irwansyah Irwansyah. 2020. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]." *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16(2):203. doi: 10.19166/pji.v16i2.1929.
- Ardiansyah, Muhammad Farid, Ajeng Aquinia, Studi Program, Manajemen S1, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, and Universitas Stikubank Semarang. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia)." *SEIKO : Journal of Management & Business* 5(1):2022–2469.
- Aripin, Bona. 2020. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger." 8(2):79–94.
- Aurellia, Diva, and Helena Sidharta. 2023. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Lokal." *Performa* 8(1):93–101. doi: 10.37715/jp.v8i1.3054.
- Bintang Gorafli Wibowo, and Andriansyah Bachtillah Putra. 2024. "Pengaruh E-Wom, Brand Image Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Tokopedia.” *MASMAN: Master Manajemen* 2(2):167–76. doi: 10.59603/masman.v2i2.518.
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. 2022. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*,” 4 (4) 333–43.
- Fikriyah, Elsa Rizki Yulindasari &. Khusnul. 2022. “Pengaruh E-WoM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee.” 3(1):55–69.
- Ghozali, L. 2014. “Structural Equation Modelling, Metode Alternatif Dengan PLS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.”
- Girsang, Haryany Trifena. 2020. “Pengaruh Influencer Marketing Dan Marketplace Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Online Traveloka Eats.” (*Doctoral Dissertation, Universitas Sumatera Utara*).
- Halim, Ardiansyah, and Maria Josephine Tyra. 2021. “Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee.” *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi* 18(1):99.
- Herviani, Vinny, Prasetyo Hadi, and Nobelson. 2020. “930-2861-1-Pb.” *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* 1:1351–63.
- Kotler, P dan Keller, KL. 2016. “No Title.” *Marketing Managemen (I. Pearson Education (Ed.); 15th Editi)*.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. 2021. “No TitlPengaruh Influencer Marketing TerhadapKeputusanPembelian(StudiPadaElzattaHijabGarut).” *Prismakom* 18(1):33–38.
- Olson, J. P. Peter &. J. C. 2021. “Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. In Salemba Empat. Salemba Empat.” 70–75.
- Putri, Restu Cahyani, Budi Wahono, and Eris Dianawati. 2025. “Pengaruh Influencer Marketing, Eletronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Kecantikan Facetology Generasi Z Kota Malang.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 14(01):698–705.
- Religia, Yoga, Agus Sriyanto, and Ravindra Safitra Hidayat. 2022. “Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi.” *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 11(1):77. doi: 10.36080/jem.v11i1.1745.
- Rosmayanti, Melan. 2023. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.” *Journal on Education* 5(3):8126–37. doi: 10.31004/joe.v5i3.1600.

- Sari, Amelia Ghadani &. Ani Muwarni Muhar &. Ade Indah. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi Brand Awareness.” *Insight Management Journal*, Vol. 2 No.:110–18.
- Siregar, Akhmad Irwansyah. 2024. “Studi Literature: Hubungan E-WOM Dan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3(1):50–58. doi: 10.38035/jim.v3i1.547.
- Sudarsono. 2020. “Manajemen Pemasaran.” *Jember : Pustaka Abadi* hal. 2.
- Sugiyono. 2018. “Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfaberta.”
- Supriyatna, Yuda. 2020. “Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon).” *Sains Manajemen* 6(1):36–50. doi: 10.30656/sm.v6i1.2097.
- Susanti, Tjoa. 2024. “Pengaruh Beauty Influencer, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di Batam.” (*Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen*).
- Vadiyanur, Alda, and Moehammad Gafar Yoedtadi. 2024. “Influencer Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Media Sosial.” 467–73.
- Zikra, I. Z., and R. Rahmiati. 2023. “... Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Produk Kosmetik LT Pro Smooth Corrector Cream Foundation Survei Pada” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7:950–58.