

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, M. P., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Akbari, D. A., Jastacia, B., Setiawan, E., & Widya Ningsih, D. (2022). The Marketing Power of TikTok: A Content Analysis in Higher Education. *Binus Business Review*, 13(2), 159–170. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i2.8014>
- AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. (2021). Examining the impact of influencers' credibility dimensions: attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. *Review of International Business and Strategy*, 31(3), 355–374. <https://doi.org/10.1108/RIBS-07-2020-0089>
- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Kencana. https://books.google.co.id/books?id=z_nJDwAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false
- Baskoro, F., Yudhi Wijaya, A., & Zainul Asrori, M. (2023). *Pembuatan Konten Digital untuk Remaja*. www.freepik.com
- Choirunnisa, N. A., & Walyoto, S. (2023). Pengaruh konten post dan testimoni di sosial media Instagram terhadap minat beli konsumen pada produk industri otomotif. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i1.7296>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 5 Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://digilib.ubd.ac.id/?p=show_detail&id=10539
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. <https://kepakaran.apps.undip.ac.id/lecturers/profile/aQZPRaRwooGs/publications/google-scholar?page=30>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 26 (edisi ke-10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://id.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Hakimah, E. N. (2016). PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KHAS DAERAH KEDIRI TAHU MEREK “POO” PADA PENGUNJUNG TOKO PUSAT OLEH-OLEH KOTA KEDIRI. *Jurnal*

Nusantara Aplikasi Dan Bisnis.

- Hakimah, E. N., Aliami, S., & Muslih, B. (2022). The Netnographic Portrait: Competitive Advantages of Msme'S Retail Business Via "Wag" During Covid-19 Pandemic. *Conference of Business*, 782–791. <https://ojsicobuss.stiesia.ac.id/index.php/icobuss1st/article/view/239>
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(02), 1351–1363.
- Imani, R. P. (2020). Fenomena Pemasaran Konten Media Sosial, Word of Mouth, Customer Experience Dan Etnosentrisme Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kenangan Di Dki Jakarta. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25. [http://repository.stei.ac.id/8439/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/8439/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/8439/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/8439/3/BAB%20II.pdf)
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK FAST FASHION. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Khamdan Rifa'i. (2023). Kepuasan Konsumen. In *UIN KHAS Press*. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. https://doi.org/10.1007/978-3-658-17532-0_5
- Mahdi, M. I. (2022). (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*, *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., Esteban-Millat, I., Torrez-Meruvia, H., D'Alessandro, S., & Miles, M. (2020). Influencer marketing: brand control, commercial orientation and post credibility. *Journal of Marketing Management*, 36(17–18), 1805–1831. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1806906>
- Meviyawati, N. A., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh E-Wom, Harga, Dan Kualitas Prouk Terhadap Minat Beli the Originote Hyalucer Moisturizer Pada Gen Z Di Kab. Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 471.
- Nofiana, I., Samari, & Sardanto, R. (2022). Analisis Harga, Online Customer Review, Dan Kepercayaan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 874–884.
- Nurhidayati, S., & Jubaidah, W. (2024). PENGARUH COPYWRITING , KUALITAS VISUAL KONTEN PEMASARAN DAN INFORMASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA INSTAGRAM PADA PRODUK LAPTOP ASUS

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau The purpose of the research is to find out the influence. 1–12.

- Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 37–45.
- Onofrei, G., et al., 2022. (2022). *Social media interactions, purchase intention, and behavioural engagement: The mediating role of source and content factors*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296321009450>
- Paramita, S. (2023). *PENGARUH STRES KERJA, WORK LIFE BALANCE DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP TURNOVER INTENTION PERAWAT DI RS. SILOAM KEBON JERUK*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/10822>
- Permadani, N. A. (2022). *ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN, INTERAKSI, KEPUASAN CITRA, DAN KEPERCAYAAN PERIKLANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN DALAM PEMASARAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL PADA KONSUMEN ERIGO DI INDONESIA* (Vol. 9).
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187–199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Risanti, X. D. (2021). *Di zaman globalisasi sekarang, media sosial sedang ramai dengan keberadaan.*
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Sherlina, & Aristhya, I. P. (2024). Pengaruh Kualitas Konten Stunting Di Instagram @Rembang Kab Dan Tingkat Keterdedahan Terhadap Perubahan Perilaku Followers. *JURNAL ILMIAH SULTAN AGUNG*, September, 68–79.
- Sudirman, Kondolayuk, M. L., Sriwahyuningrum, A., & Cahaya, I. M. E. (2023). Metodologi penelitian 1 : deskriptif kuantitatif. In S. Haryanti (Ed.), CV. *MEDIA SAINS INDONESIA* (Issue Juni).
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3, Issue 17). [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Tohari, A., & Sigit Wisnu Setya Bhirawa. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 UNTUK EKONOMI DAN BISNIS*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

- Tutupoho, F. D., & Abadi, F. (2024). Peran Media Sosial Tiktok dan Kredibilitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek Pada Produk Erigo. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 178–193. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2106>
- Wardhana, A. (2024a). Consumer Behavior in The Digital Era 4.0. In *Eureka Media Aksara* (Issue August).
- Wardhana, A. (2024b). Perilaku Konsumen Di Era Digital. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wilopo, Y. P. (2021). Pengaruh kredibilitas influencer media sosial instagram terhadap minat beli konsumen doubletree by hilton surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(2), Article 2. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/login>