

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiadi, R. R., Jati, L. J., Umam, M. C., Dethan, S. H., & Nirwana, B. N. 2025. *Pengaruh Penggunaan Influencer Marketing, Iklan, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(1), 2357–2367
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep dan Strategi*. 5–14
- Bruns, A. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. 2022. *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., dan Argo, J. G. 2021. *Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla*, SENAPHENAS
- Griffin, J. 2016. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*
- Hanapi, M. dan Sriyanto, A. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April 2018)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 342–354
- Hasibuan, M. S. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kholifah, F. 2023. *Pengaruh Social Media, Celebrity Endorsement dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitenin*. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1 (1), 11-20
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Managemen. United States of America: Courier/Kendallvill.*
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. 2021. *Pengaruh “Influencer” Terhadap Keputusan Pembelian Di Cv. Citra Sejahtera Mandiri (Esme Fashion)*. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 33–38
- Majid, A. S. dan Faizah, E. N.. 2023. *Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sarung BHS melalui Aplikasi Tiktok*. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 40(2), 84–95
- Mesiono, M., Syafaruddin, S., & Wijaya, C. 2015. *Manajemen Organisasi*

- Pendidikan: Perspektif Sains Dalam Islam*. Repository Universitas Sumatera Utara
- Mulyati. 2019. *Membongkar Potensi Bisnis Kuliner Peluang dan Strategi Sukses*. Uncategorized
- Nazir, M. 2018. *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia
- Nisa, F., dan Kristaung, R.. 2022. *Kontribusi Influencer Pada Purchase Intention Dengan Sikap Terhadap Influencer Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11(01), 1249-1254
- Putri, J. N. P., Listyorini. & Budiatmo, 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
- Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh e-wom dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja online di Lazada*. Jurnal Ecodemica, 4(1), 117–124.
- Putri, S. M., Dan Rosmitat. 2024. *Pengaruh Influencer marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9*. Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial
- Rivai, Z. V. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan : Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Rohtih, W. A., Rahman, U., & Rochma, N. 2022. Digital Marketing Assistance as a Business Development Effort in the Home Industry in Kalidawir Tanggulangin Sidoarjo Village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(2), 777–792.
- Schein, E. H., & Schein, P. A. 2015. *Organizational Culture and Leadership*. Wiley
- Chadrina, R. N., dan Sulistyanto, Y. 2022. *Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media sosial, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro , 2-9
- Setiawan, B., & Rabuani, C. 2019. Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1, 1–15
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. IKAPI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.1). Alfabeta.

- Tjahyadi, S. 2018. *Pengaruh Brand Trust dan Brand performance terhadap Brand Loyalty Smartphone iPhone Merek Apple/Steven Tjahyadi/24140123/Pembimbing: Husein Umar*. 2, 5–6
- Ubaidi, A., & Pertiwi, S. 2018. Strategi Pemasaran Kuliner Halal di Kota Malang. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 77–92.
- Yasinta, K. L., dan Nainggolan, R. 2023. *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brandimage*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 688-699
- Zahrah, N., Ruzain, M. F., Sengorou, J. A., & Mat Salleh, N. S. 2024. The Impact of User-Generated Content and Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention: Consumer Engagement as a Mediator. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(7), 2132–2147