

DAFTAR RUJUKAN

- Arti Sukma Lengkawati, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Prismakom*.
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma* .
- Dinar Argi Yuliastuti, L. B. (2020). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Image On Buying Decisions On muslimah Fashion With Word Of Mouth As Intervening Variables (Case Study On Jinawihijab And Rochmy Hijab Consumers). *Jurnal Manajemen. Issn : 2502-7689*.
- Falihah. (2021). Online Reservation System And Online Customer Review: Its Impact On Brand Image, Trust And Hotel Booking Decision. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hariyanti N.T., Wirapraja A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, (15), 133-146.
- Hayes, Rick., Roger Dassen, & Arnold Schilder. 2011. Principles of Auditing An Introduction to International Standards on Auditing. Prentice Hall.
- Head Medical & Training ZAP dr. Dara Ayuningtyas. 2020. 5 Alasan Perempuan Indonesia Kian Memperhatikan Produk Skincare, <https://www.cantika.com/amp/1298310/5-alasan-perempuan-indonesia-kian-memperhatikan-produk-skincare#> (diakses pada tanggal 6 Desember 2022).

Henry Simamora. 2012. Riset Pemasaran. Penerbit Gramedia Utama Jakarta.

Ilhamalimy. (2021). Determination Of Trust And Purchase Decisions: Analysis Of Brand Image And Price (Marketingmanagement Literature Review). *Dinasti International Journal Of Economics, Finance And Accounting*.

Indris. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Go-Ride Di Kota Bandung). *Diponegoro Journal Of Management*.

Ismail, Ahmed Rageh & Spinelli, G. 2012. Effects of brand love, personality and image on word of mouth. *Journal of Fashion Marketing and Management*.

Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Keller, 2012. Marketing Management, 14th, Person Education.

Miati. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Krudung Deenay(Studi pada konsumen gea fashion banjar). *Abiwara*.

Mowen, John dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.

Nugroho. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A10s . *Jurnal Ekbis Analisis, Prediksi, Dan Informasi*.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.

- Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. 2009. *Costumer Behavior*, Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing). Erlangga. Jakarta.
- Rakhmawati. (2020). Sekilas Tentang Uji Asumsi Klasik, <https://youtu.be/2v0tkvaaj30> (diakses Pada Tanggal 3 Desember 2022).
- Ristinawati. (2021). Analisa Startegi Pengaruh *Influencer Marketing* Di *Social Media*, *Online Advertising* Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko *On Line* Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*.
- Rossiter, John, R. & Percy. (1997). *Advertising and Promotion Management*, Mc Graw-Hill Book Company, United States of Amerika.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Setyawati. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (studi kasus pada CV Kiranan Motorindo Jaya).
- Shiya Azi Sugiharto & Maulana Rezi Ramadhana, S.Psi., M.Psi. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* Vol. VIII, No.2.
- Siddharth. (2021). A Review On Evolution Of Social Media Influencer Marketing: Reflection On Consumer Behaviour And Consumer's Decision-Making Process. *Turkish Online Journal Of Qualitative Inquiry (Tojqi)*.
- Sinaga. (2020). Micro Influencers Marketing And Brand Image To Purchase Intention Of Cosmetic Products Focallure. *A Multifaceted Review Journal In The Field Of Pharmacy*.
- Siswanto, 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.
- Sudha, M & Sheena K. 2017. "Impact Of Influencers In Consumer Decision. Process: The Fashion Industry." *Jurnal A Quartely* (14-30). SCMS Of Indian Management.

- Sulistiyanto. (2022). Analisis Pengaruh *Content Marketing, Influencer*, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*.
- Ujang Sumarwan. (2020). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widodo. (2022). Determination of Digital Marketing: Influencer Marketing, Social Media and E-Commerce (Literature Review). *Dinasti International Journal Of Economics, Finance And Accounting*.
- Widyastuti, S., Noor, S. N., & Yodi, H. P. (2020). The Effects Of Content And Influencer Marketing On Purchasing Decisions Of Fashion Erigo Company. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(2).
- Winardi, 2010, *Manajemen Prilaku Organisasi*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana.
- Wirapraja. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*.
- Wua Gloria Sterie, J. D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Emba Vol.7 No.4 Juli 2019*, 3142.

