

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, dan Sangen, M. 2019. *Pengaruh Content Marketing , Sales Promotion Personal Selling, dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti di Banjarmasin. Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No, 1. Universitas Lambung Mangkurat.
- Amarveer Singh. 2018. “*The influencer of socio-economic status of parents and home environment on the study habits and academic achievement of students*”. *Educational Research* (ISSN: 2141-5161) Vol. 5(9) pp. 348-352.
- Anggitasari. 2020. Pengaruh Ewom Terhadap *Brand Image* dan *Brand Trust* Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, Vol 5 (3), 266-275.
- Brown, D., & Hayes, N. 2008. *Influencer Marketing : Who Really Influences Your Customers ?*. Oxford : Butterworth-Heinemam
- Bilgin, Yusuf. 2018. *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. An International Journal*, Vol.6 Issue 1. Bartin University.
- Byme *et al.*, 2017. *Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di media Sosial Instagram. Jurnal Ilmiah*. Vol 16, No 2.
- Cambridge Dictionary, 2018. Pengertian *Influencer*. Terdapat pada <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>. Diakses pada 7 Januari 2023.
- Compas. ID. 2020. *Top 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace* Terdapat pada. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>. Diakses pada 10 November 2022.
- Dogra. 2019. *The Impact of Influencer Marketing on Brand Loyaty towards Luxury Cosmetic Brands, Jurnal Management*.
- Ferdinand (20020. *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Fiorella, S. (2013). *Influencer marketing: How to create, manage and measure brand influencers in social media marketing*. Indianapolis, IN: Que.

Frontier Digital. 2022. *Influencer Marketing : Pengertian, Manfaat dan Contoh*

*Penerapannya*. Terdapat pada <https://www.frontierdigital.co.id/influence>  
a. [marketing-pengertian-](#) manfaat-dan-contoh-penerapannya. Diakses  
pada 9 November 2022

Greeny, 2014. *Pengaruh Influencer Sebagai Strategi Marketing Di Era Digital*. UNIversitas 17 Agustus : Surabaya

Gefen, 2002. *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Image*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang

Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw-Hill Companies.

Hakim, Luqmanul. 2022. *Pengaruh Influencer Marketing dan Nilai Emosional terhadap Niat Beli Produk Virtual Skin pada Game Mobile Legend : Bang-Bang*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 10 No.1, 199-2018.

Hayes *et al.*, 2008. *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern*. *Jurnal Eksekutif* Vol 15, No.1.

Informa *et al.*, 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online Tokopedia*. *Jurnal Manajemen*. Volume 8, Nomor 1, Juni 2018.

Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management Edisi 15*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.

Kristaung, Robert. 2022. *Kontribusi Influencer pada Intention dengan Sikap terhadap influencer Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Ekonomi an Bisnis*, Vol. 11 No.1, 1249-1254.

- Kurniawaan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku.
- Lee. 2018. *The Influences of Advertisement Attitude and Brand Attitude on Purchase Intention of Smarthpone Advertising*. *Industrial Management System*, 117 (6).
- Lengkawati, A. S. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap 56 Keputusan Pembelian. *PRISMAKOM*, 18(1), 33-38.
- Mammadli, Galandar. 2019. *The Role of Brand Trust in Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention*. Lecturer at Azerbaijan State University of Economics, 1-12.
- Maharani, Astri Dhiah. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi: Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Mayer, R.C., (2007). Faktor Pembentuk Kepercayaan. *The Academy of Management Review*.
- Mc.Knight, D.H. (2002). Riset Pemasaran. *Jurnal Manajemen*. 58, 20-38.
- Nadezhda, 2017. Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi Oleh *Trustworthiness*. *Majalah Ekonomi*, Vol. XXIV No.2.
- Nurlida, RA. 2022. *Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Riview terhadap Purchase Intention melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc*. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial dann Ekonomi*, E-ISSN : 2809-8544.
- Nguyen. 2014. *The Impact of The Macro Environment on Cunsomer Scepticism Towards Cause Related Marketing*. *International Marketing Review*, 37(5), 841-861.
- Paramita, Eristia Lidia. 2021. *Social Media Influencer and Brand Loyalty on Generation Z the Mediating Effects of Purchase Intention*. *Diponegoro International Journal of Business*, Vol 4 No.2, 105-115.
- Purwanto, Teguh. 2019. *Pengaruh Social Media Influencer terhadap Purchase Intention yang Dimediasi oleh Trustworthiness*. *Jurnal Ekonomi*, Vol. XXIV No.2, 10-13.

- Purnami, 2015. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Di Toko Online*. Department Of Management FEB UMM, 159-168.
- Radwan, Ahmad. 2021. *Impact of Social Media Influencer Marketing on Youth Purchase Intention in UAE*. *International Journal Collage of Communication*, 422-439.
- Rebello, 2017. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Konsumen*. Universitas Bunda Mulia : Jakarta Utara.
- Santiago, Joanna K.2020. *Consumer Attitudes Towards Fashion Influencer on Instagram : Impact of Perceptions and Online Trust on Purchase Intention*. *International Journal*. Vol 21. No. 21, 105-117.
- Sari *et al.*, 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace*. *Jurnal Ekonomi Bisnis VOL. 18 No. 2 Hal : 97-108*.
- Setyanto, Sulistyanto. 2021. *The Influence of the Attractiveness of Social Media Influencer on Purchase Intention with Brand Trust as a Mediating Variabel (on Beauty Product)*. *International Sustainable Competitiveness*, 834-841.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. R&b. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tulasi, Dominikus. 2012. *Marketing Communication Dan Brand Awareness*. HUMANIORA, Vol. 3, No. 1. BINUS University.
- Untari, D., dan Fajarina. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*. Widya Cipta, Vol.2, No. 2. Politeknik Kridatama dan STKIP Panca Sakti.
- Widodo, Teguh. 2022. *Analisis Pengaruh Customer Riview dan Influencer Review dengan Trust Sebagai Variabel Moderasi terhadap Purchase Intention Pada E-commerce Tokopedia*. *e-Proceeding of Management*, Vol.9, No.3, 1308.