

DAFTAR RUJUKAN

- Alfiansya, I., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Erigo di Marketplace Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 843–856. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1350>
- Claesson, A., & Ljungberg, N. T. (2018). *Consumer Engagement on Instagram: Viewed Through The Perspectives of Social Influence and Influencer Marketing*.
- Febriyanti, Y., Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Utami Amalia, D. (2024). Penggunaan Media Sosial Tiktok Produk *The Originote* Sebagai Komunikasi Pemasaran *Online*. In *Jurnal Professional* (Vol. 11, Issue 1).
- Habibah, S., Fadhli Nursal, M., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., Ekonomi, F., Program, B., Akuntansi, S., & Artikel, I. (2025). Pengaruh *Influencer, Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *The Originote* Melalui Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). 2(2), 1082–1092. <https://doi.org/10.62335>
- Ilham. (2021). Pengaruh Influencer Review Pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Wardah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Keller, E., Fay, B. (2012). *Word-of-Mouth Advocacy: A New Key to Advertising Effectiveness*. *Journal of Advertising Research*, 52(4). 459–464. [doi:10.2501/jar-52-4-459-464](https://doi.org/10.2501/jar-52-4-459-464)
- Kim, E., Duffy, M., & Thorson, E. (2021). *Under The Influence: Social Media Influencers' Impact on Response to Corporate Reputation Advertising*. *Journal of Advertising*, 50(2), 119–138. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1868026>
- Kota Bengkalis Suciana, Atman Maulana, H., & Negeri Bengkalis, P. (2023). Pengaruh Niat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Promosi Testimonial Sebagai Variabel Moderating Produk Pt. Mahkota Sukses Indonesia (Msi) di Kota Bengkalis. In *Seminar Nasional Industri Dan Teknologi (Snit)*.
- Nofitasari, L., & Hastuti, M. A. S. W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Skincare The Originote* Pada Mahasiswa

Universitas Bhinneka PGRI. Jurnal Economina, 3(7), 697–703.
<https://doi.org/10.55681/economina.v3i7.1385>

Nyoman Anjali Seruni, N., Mas Suryaniadi, S., Indah Kusuma Dewi, N., & Negeri Bali, P. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Kecantikan Brand Azarine pada Generasi Z: Studi Kasus Kabupaten Badung. 8(3).

Raihan, A., Jati, S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh *Endorsement Influencer* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Mirai Manajemen, 7(1), 231–241.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1925>

Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis.

Reka Vatma Sagita. (2022). Pengaruh *Influencer* Marketing dan *Word of Mouth* Terhadap Pembelian Produk Ms Glow Pada Mahasiswa di Kota Batam. Universitas Putera Batam.

Restoran, P., Kertabumi, G., Dhio, K., Ramadhan, F., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Influencer Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Restoran Gildak Kertabumi Karawang. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(17), 121–132. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7070000>

Riedl, J. L. L. Von. (2019). *Effects of Influencer Marketing on Instagram*. <http://hdl.handle.net/11159/3494>

Roisah, R., Khusnaini, K., & Maulyan, F. F. (2024). Pengaruh *Direct Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Minat Beli pada Live Streaming Tiktok (Studi Kasus Pada *Viewers Live Streaming* Tiktok Akun Jiniso di Kota Bandung). In Jurnal Sains Manajemen (Vol. 6, Issue 1). <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Rusdi, F. (2022). Pengaruh *Endorsement Influencer* Pada Produk *Scarlett Whitening* Terhadap Minat Pembelian. Prologia, 340 – 334.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/15541>

Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, *Celebrity Endorser*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow di Kota Manado. In Poluan 422 Jurnal Emba (Vol. 10, Issue 4).

Sari. (2019). Pengaruh Kelompok Referensi, *Online Customer Review* dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial *Natasha Skin Clinic Center*). Universitas Muhamadiyah Magelang.

- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online Di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>
- Sifa Nur Uyuun, & Renny Dwijayanti. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Jempper*, 1.
- Srininta Tarigan, R., Caesaria Tandung, J., & Kevyn Sutrisno, A. (2023). *The Effect of Celebrity Endorsement on Purchase Intention*. 50–62. <https://doi.org/10.9744/ijfis.2.1.50-62>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Pada Masyarakat Generasi Z Kecamatan Pancur Batu (Studi Pada Konsumen Produk *Skincare* Merek Ms Glow). Universitas Medan Area.
- Travis, H. (2023). *The Freedom of Influencing* (Vol. 77). <https://Repository.Law.Miami.Edu/Umlrhttps://Repository.Law.Miami.Edu/Umlr/Vol77/Iss2/5>
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). *Customer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. <https://attractivejournal.com/index.php/bil>
- Yusuf Ismaila, M., Ahmed Abdulganiyu, O., Abdulazeez Olamide, A., & Oluwasey, B. J. (2022). *Influence of Celebrity Endorsement and Digital Marketing on Youth Purchasing Decisions: A Comparative Study of Ikorodu Area*. *Economía & Negocios*, 4(1), 3–16. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.1.1346>
- Zenita, B. P., & Restuti, D. P. (2024). Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk *Skincare* Melalui Endorsement dari *Influencer* Muslim. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 143–160. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1407>