

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgin, Yusuf. (2018). *The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty*. Business and Manajement an International Journal
- Briliana, Rezky. (2021). Pengaruh Social Media *Influencer* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Hand and Body Lotion Scarlett Whitening di Instagram). Telkom University
- Budi, Supeni. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awarness Sebagai Variabel Intervening Pada Martha Tilar Salon Day Spa*. Jurnal Ekonomi, Manajement, dan Perbankan.
- Dwi, Suci. (2021). *Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce*. National Conference Of Islamic Natural Science
- Fransisca, Maria. (2019). *The Impact of a Digital Influencer to the Purchase Intention*. International Conference on Business and Management of Technology
- Gunawan, Leonardo. (2021). *Social Media, Influencer, Brand Awareness, And Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya* . Jurnal Management dan Kewirausahaan
- Herviani, V., Prasetyo, H., & Nobelson. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Trust , E-Wom Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy*. *Prosiding Biema*, 1(1), 60-7
- Indah, Agatha. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Youtube, Instagram, Dan Twitter Terhadap *Brand Awareness* Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100fm Bandung). Telkom University
- Irfan, Faisal. 2020. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Bisnis Transportasi Gojek Pada Layanan Go- Ride (Studi Kasus Kota Bandung). Universitas Telkom
- Islahwati, Nur. (2020). *Pengaruh Digital Influencer dan E-WOM Terhadap Online Engagement (Studi Kasus Pada Instagram @Myrubilicious)*. Telkom University

- Islami, Lulu. (2022). *The Influence Of E-WOM of Refrence Group and Instagram Influencer Toword Wardah and Maybelline Brand Image*. Jurnal Ekonomi, Management, dan Administrasi Bisnis
- Keller & Amstrong. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Keller. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Kotler, P. & Amstrong. (2018). *Principle of Marketing 17e Global Edition*. New York: Pearson Education Limited
- Kotler. (2017). *Marketing Management 15th In Decisions Marketing* .
- Lie, Sharent. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Pada Instagram Terhadap Brand Awareness Secondate di Jakarta*. Institut Bisnis dan Infromatika Kwik Kian Gie
- Nurhandayani, Arum. (2019). *The Impact of Social Media Influencer and Brand Images to Purchase Intention*. Jurnal Aplikasi Management
- Permadani, Anggita. (2020). *Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram Pada Pemasaran Pariwisata (Studi Kasus Explore Nusa Penida)*. Universitas Islam Indonesia
- Raihan, Audrey. (2022). *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Telkom University
- Sucianti, Lisa. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Purchase Decision (Survei Online Pada Followers Aktif Instagram Dan Facebook Vauza Tamma Hijab)*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, Arti. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sutrisono, N. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Edisi (3)*. Yogyakarta.

Wiliana, Eneng. (2020). *Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong*. Universitas Muhammadiyah Tangerang