

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alam, W., dkk. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang, Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara.
- Alimin, E., dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Aminy, dkk. (2024). *Pemasaran Digital*. Batam: CV.REY MEDIA GRAFIKA.
- Andrian, dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Kedungkandang, Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Bahtiar, dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Batam: CV. REY MEDIA GRAFIKA.
- Deloitte. (2023). *Deloitte Indonesia Perspectives Edisi Ke 4*. Jakarta: Deloitte Indonesia.
- Erwin, dkk. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0)*. Kota Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Harahap, dkk. (2023). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Kab Serang, Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hulu, D., dkk. (2023). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishng Indonesia.
- Mujito, dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran (Sebuah Pengantar Untuk Pemula)*. Tasikmalaya, Jawa Barat: EDU PUBLISHER.
- Nathalia. (2023). *Buku Sakti Administrasi Bisnis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Nugraha, dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Pahlevi, N. A. (2021). *Pengaruh Media Masa dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Wonocolo, Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Kota Malang: TIGA Ebook.
- Raymond, dkk. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Setiawan, dkk. (2023). *Buku Ajar Digital Marketing*. Kota Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setiawan, dkk. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis*. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Sihabudin, dkk. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Kab Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tehuayo, dkk. (2024). *Mengenal Tren Pemasaran*. Kota Padang, Sumatra Barat: TAKAZA INNOVATIX LABS IKAPI.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0* - Edisi Indonesia. Kabupaten Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Widodo, dkk. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct.
- Zainuddin, I., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. Kec Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.

Skripsi :

- Khatimah, N. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing dan Viral Marketing Terhadap Loyalitas Pengguna Skincare Di Kalangan Mahasiswa FEBI IAIN Palopo*. Skripsi. Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo: dipublikasikan.
- Nasrul, N. (2021). *Pengaruh Influencer dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Irliana*. Skripsi. Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo: dipublikasikan.
- Pramudya A, P. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing, Konten Marketing, Dan Online Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Shop Di Karanganyar*. Skripsi. Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta: dipublikasikan.
- Suci, F. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Instagram Di Restoran Clubhouse Pontianak*. Skripsi. Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta: dipublikasikan.
- Suhendra (2023). *Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Masyarakat Generasi Z Kecamatan Pancur Batu*. Skripsi. Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area: dipublikasikan.

Jurnal :

- Puspita, A, C., dkk. (2024). Analisis Preferensi Konsumen dan Profil Pembeli di Industri Otomotif: Studi Kasus Pembelian Kendaraan di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* Volume. 4, No. 3, 1050.
- Timpal, R, S., dkk. (2022). Peran Duta Merek Dalam Keputusan Pembeli Di Lokapasar Tokopedia. *Jurnal EMBA* Volume 10, No.3, 652.
- Wardani,S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban* Volume 3, No.2, 26.

Website :

- Andrean, W, F. (2020). *Indonesia Menuju Pusat Fesyen Muslim Dunia*: Indonesia baik.id. Diambil dari: <https://www.indonesiabaik.id/index.php/infografis/indonesia-menuju-pusat-fesyen-muslim-dunia>. (Akses: 19 Desember 2024).
- Glints. (2022). *Lozy Karir & Profil Terbaru 2024*: PT Glints Indonesia Group. Diambil dari: <https://glints.com/id/companies/lozy/fc192ad0-7734-4559-bcb9-201f6768e1c5>. (Akses: 19 Desember 2024).
- Kelfin Gilang. (2024). 10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak 2024: Goodstats Data v2.1.2. Diambil dari : <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>. (Akses: 19 Desember 2024).
- Nielsen. (2020). *Konsumen Digital Menunjukkan Pertumbuhan Tren Positif*: The Nielsen Company (AS). Diambil dari: <https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/>. (Akses: 19 Desember 2024).
- Nielsen. (2023). Studi Nielsen Mengungkapkan Mayoritas Konsumen Secara Aktif Menghindari Iklan di Seluruh Platform Podcast, Streaming, dan Live TV: The Nielsen Company (AS). Diambil dari: <https://www.nielsen.com/id/news-center/2023/nielsen-study-reveals-majority-of-consumers-actively-avoid-ads-across-podcasts-streaming-and-live-tv-platforms/>. (Akses: 14 Januari 2025).