

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Pencetakan UNAIR (AUP).
- Darwin, Muhammad Marianne Reynelda Mamondol, et. all., 2021. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Erni, Oktavia. 2019. Pengaruh Digital marketing, Brand Image, dan Influencer Marketing pada Keputusan Pembelian Online. Unitomo Press.
- Fedelia, Riska. & Dr. Nuriyati Samatan. 2020. (Analysis Of Motives Of Cyberbullying Actors). *Internasional Jurnal Of Communication, Management And Humanities AID Conference*, Vol 1.
- Frontier Digital (*Influencer Marketing : Pengertian, Manfaat, Dan Contoh Penerapan*), frontierdigital.co.id pertama kali diindeks oleh Google pada December 2018.
- Gede Wisnu Saputra, I & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Vol. 9. *E-Jurnal Manajemen* 2020, N0 7.
- Ghadani, Amelia., A.M Muhar, dan Ade Indah Sari. 2022. Pengaruh Brand Mabasador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan Mediasi Brand Awareness. *Insight Management Journal* Vol 2(3).
- Hariyanti, dan Wirapraja, A. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal Eksekutif* Vol 15, No 1, STIE IBMT Surabaya.
- Jiwa Coffee Consumers Among Students Using Social Media Area Jabodeta*, 2020, AFEBI Management and Bussines Review (AMBR), Vol 05, No 01.
- Kotler, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Laksana, D., & Dharmayanti, (*Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Perfomance Dengan Intellectyal capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intrvening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur*). (2018), *Jurnal Manajemen Pemasaran* ,Vol.12 No.1.
- Made Laut Mertha Jaya, I. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata). Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Mamang, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Mardiatmoko, G. 2020. Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342
- Masitoh, Siti & M. Wilfrida Melania Adjid. 2022. (Pengaruh influencer marketing terhadap kinerja pemasaran). *Ilmiah Multidisiplin*, Vol 1, No 4.
- Merry Anggraeni, Angelica. 2020. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Emina Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Meditasi*. Yogyakarta 2020.
- Miftahul Fathurrahman, Muhammad., Diana Triwardhani, dkk. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Nur Anggraeni, Triska. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Mage Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Produk Pada Bank Syariah Indonesia Kc Malang Soekarno Hatta.
- Putri, Daliyani. 2016. *Tugas Pengantar Bisnis (Trend Bisnis Fashion)* Depok, Universitas Gunadarma.
- Robithur Rohmi, Achmad. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Sepatu Compass. *Undergraduate thesis*, UPN Veteran Jawa Timur.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative digital marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Septiarini, Eka., Novi Susyani, Trisnia Manggiasih. 2019. Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness pada E-commerce. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol.4 No.3.
- Setiawan, Budi & Celia Celesta Rabuani. 2019. Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. 2019, *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis* Vol. 1 No. 1.

- Seo, Eun-Ju and Jin-Woo Park. 2018. *A Study On The Effects Of Social Media Marketing Activities On Brand Equity And Customer Response In The Airline Industry*). *Journal Of Air Transport Management* 66 2018.
- Solutions, Accurate. 2014. *Program Toko Baju Strategi Pemasaran Toko Baju*.
- Suciningtyas, Wulan. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal* 1, No 1.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma Lengkawati, Arti dan Taris Qistan Saputra. 2021. *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)*. Prismakom Vol. 18 No. 1 Januari 2021.
- Surya Putra, Yanuar. 2017. *(Theoritical Review : Teori Perbedaan Generasi)* Among Makarti 9, 2017, no 2,.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius. 2017. *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tri Hariyanti, Novi and Alexander Wirapraja. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. Studi Literatur, Eksekutif.
- Trio Febrianto, Mohammad dan Debby Arisandi. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantra*, Vol.1 No.2.
- Vynka Fakhira, Nabilla., Roni Kustaman, dan Totok Pujiyanto. 2022. Peran Influencer Pada Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Frutivez. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*”, Sumedang: Universitas Padjajaran, 2022, Vol 8(2).
- Widi Utomo, Ichsan. 2017. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping. Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda. *Jurnal Komunikasi*, Vol 8, No 1.
- Yaqub, Rudi., dan Wahyu Mustajab. 2020. *Analisis pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) terhadap Brand Awareness pada E-commerce*.

Zahra Afifah, Fidya., Yanti Setianti, dkk. 2019. Tahapan Pembentukan Brand Awareness Nfirt Label (Nefertiti) Sebagai Effortless Fashion Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal NOMOSLECA*, Vol 5, No 1.