

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad, A. & Jaya, I. 2021. *Biostatistik Statistik Dalam Penelitian Kesehatan*. Pertama ed. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Arianto 2021. *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara, H. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Chandra, T. & Priyono 2022. *Statistik Deskriptif*. pertama ed. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Dyatmika, T. 2021. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Effendy, O.U. 2015. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, S. 2022. *Pengujian Statistik Dengan SPSS*. Magelang: Pustaka Ruman Cinta.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Pertama ed. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, K. & Armstrong, G. 2011. *Marketing an Introduction*. 10th ed. Indonesia: Perason.
- Kotler & Keller 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Kesembilan ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, R. & Yuniarto, B. 2016. *Analisi Regresi Dasar dan Penerapannya denga R*. 1 ed. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Liliweri, Al. 2010. *Startegi Komunikasi Masyarakat*. Cetakan 1 ed. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Prahoru, Y. 2021. *Manajemen Surat Kabar Panduan Ilmu, Pengetahuan, Seni, Nurani, dan Instuisi*. Pertama ed. Jakarta: Kencana.

- Nisfiannoor, M. 2009. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Nofrion 2016. *Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Edisi Pert ed. Jakarta: Kencana.
- Nurochani, N., Jusuf, E. & Juju, U. 2023. *Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Pandrianto, N., Roswita, O. & Purnama Sari, W. 2020. *Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Priansa, D.J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ritonga, F.U., Atika, T., Arifin, A. & Fauzan, I. 2021. *Intervensi Komunitas dan Gerakan Sosial Birmingham Small ARM Owner's Motorcycle Siantar (BOM'S)*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Santosa, S. 2009. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Septiani, F. 2022. *Dasar-Dasar Pemasaran Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Soekanto, S. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Solihat, M., Melly Purwaningwulan, M. & Solihin, O. 2015. *Interpersonal Skill Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*. Bandung: Rekeyasa Sains.
- Sugiyono 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidika Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 1 s.d. 28 ed. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suradi 2023. *Perspektif Komunikasi, Media Digitak, dan Dinamika Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Widjaja 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yanti, F. 2021. *Psikologi Komunikasi*. Lampung: CV. Agree Media Publishing.

JURNAL

- Abednego, F., Chandra, K., Lu, C. & Graciela Ervina, W. 2021. Analisis Pemilihan Social Media Influencer Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumen.

Riset Bisnis, 5 (1).

- Adrianto, R. 2021. Kredibilitas *Influencer* dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, Vol. 1 No.: 54–60.
- Anwar, I. & Satrio, B. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4 (12): 15.
- Asnawi, A. & Rais, M. 2020. Loyalitas Konsumen: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Merek Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 4. No: 1–12.
- Crystrie, D.A. & Sartika, S.H. 2022. Apakah *Influencer* Marketing Berpengaruh Pada Pengambilan Keputusan Pembelian Di *Marketplace Shopee* Pada Generasi Z. *Jurnal Imiah Manajemen*, Vol. 19. N: 20.
- Dinawan, M.R. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pebelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. IX, N: 335–369.
- Elpani, R.P., Abidin, Z. & Kurniasyah, D. 2022. Pengaruh Kredibilitas Pemimpin Terhadap kinerja Pegawai Kelurahan Bantar gebang Kota Bekasi. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 9 No 7.
- Farida, N., Purwitasari, E. & Taufik, I. 2022. Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Terhadap Minat Beli Subscribers Pada Chanel Youtube Otomotif Ridwan Hanif. *Broadcasting Communication*.
- Febriani, T., Noevi Rahmanto, A. & Muhammad, A. 2022. Pengaruh Kredibilitas Sosial Media *Influencer* (SMI) terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan: Studi pada Produk Beras “Favorit” Perum BULOG. *Jurnal Pangan*, 31.3: 236–248.
- Harahap, D.A. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, Vol.7, No.: 277–242.
- Hariyanti, N.T. & Wirapraja, A. 2018. Pengaruh *Influencer* Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, Volume 15.
- Haoe, S., Ganiwidjaja, J.T. & Andreani, F. 2023. Peran Marketing Food *Influencer* Tiktok Terhadap Follower Engagement Dan Purchase Intention Para Pengikut Febryan Dio Ramadhan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.9, No: 25.
- Ishak, A. 2008. Pengaruh Penggunaan Selebritis dalam Iklan terhadap Minat Beli Konsumen. *Siasat Bisnis*, 12 (2): 71–88.

- Junawan, H. & Laugu, N. 2020. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp di Tengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4 No.
- Mahdia, A. 2018. Pengaruh Konten *Influencer* Di Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja Akhir. *Jurnal Imiah Psikologi*, Vol 11.No.: 177.
- Puspitasari, D.A. & Yunani, A. 2022. Pengaruh *Event* Marketing dan Kredibilitas *Influencer* Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Erigo Store). *Jurnal Of Management*, Volume 5(Issue 2): 208–218.
- Rafandi, R. 2022. Pengaruh Kredibilitas *Influencer* pada sosial media Youtube Terhadap Niat Beli Produk Otomotif (Studi Pada Subsribers Channel Youtube Fitra Eri).
- Ramayanti, I. & Safri, H. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Memilih Berbelanja Di Home Smart. *Jurnal Ecobisma*, Vol. 3no.: 11–23.
- Sari, S. putri 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Psikoborneo*, Vol 8, No1: 147–155.
- Suryani, I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. *Jurnal Komunikasi*, 8, Nomor 2.
- Sutisna, M. & Sarah, S.S. 2022. Analisis Keputusan Pembelian BTS Meal: Tinjauan Pemilihan Produk, Merek, Penyalur, Kuantitas Pembelian, Waktu Pembelian, dan Metode Pembayaran. *Riset Bisnis dan Ivestasi*, Vol. 8, No: 45.
- Tiara Putri, Y., Kusumadewi, R. & Safulloh, E. 2023. Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Dan Brand Awareness terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia). *Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 4 No.
- Tuter, R.M., Watouw, D.M.D. & Kalesaran, E.R. 2017. Pengaruh Gambar Kesehatan Pada Kemasan Rokok Terhadap Perilaku Merokok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat*, Vol. 6. No.
- Wijayanti, C.W. 2017. Citra Mahasiswa Menggunakan Kendaraan: Studi Fenomenologi Mahasiswa UNS dalam Membangun Citra Menggunakan Kendaraan Sepeda Motor. *Jurnal Analisis Sosiologi*, 6(2): 91–106.

- Yohanes, K., Suharyati & Ediwarman 2021. Pengaruh *Influencer* Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. 1339.
- Yulia Putri, T., Kusumadewi, R. & Saefullah, E. 2022. Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan Brand Awareness Terhadap Minat Pembelian di Toko Pedia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Vol 14.
- Yuliana, L., Wijanarko, A.A., Mat Raharjo, A., Harnanih, S. & Firdiana, M. 2022. Peran *Influencer* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Selama Kondisi Pandemi. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 06 No.

PENELITIAN TERDAHULU

- Apriliana, I.A. 2018. “Pengaruh Kredibilitas Bintang Iklan Dan Daya Tarik Bintang Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazeta Skin Care Bandung”. Universitas Komputer Indonesia.
- Rafandi, R. 2022. “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Pada Sosial Media Youtube Terhadap Niat Beli Produk Otomotif (Studi Pada Subsribers Channel Youtube Fitra Eri)”. STIE Indonesia Banking School.
- Sakinah, S. 2019. “Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang)”. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Kholidah, N. 2021. “Pengaruh Penggunaan Kartu Kredit/Debet Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Bri Kecamatan Besuki”. Universitas Islam Negeri KH Acmad Siddiq Jember.

INTERNET SEARCHING

- <https://dataindonesia.id/> (Tanggal Akses 28 Maret 2023, Pukul 20:45 WIB)
- <https://data.goodstats.id/> (Tanggal Akses 28 Maret 2023, Pukul 22:39 WIB)
- <https://elib.unikom.ac.id/> (Tanggal Akses 15 April 2023, Pukul 21:15 WIB)