

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh influencer marketing terhadap minat beli konsumen di media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 123–130.
- Anggraini, F., Ahmadi, M. A., & Surakarta, U. M. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z: Literature Review*. 3.
- Anisa, I., Wijaya, R., Aini, Y. N., & Nurtjahjani, F. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Busana Online Produk Lozy Hijab Pada Tiktok Shop (Studi Pada Warga Malang)*. 3(1), 643–652.
- Asmara, A., & Alfiantri. (2022). Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)*, 3(6), 342–360.
- Asyari, F. D., Febriansyah, R. E., & Hariasih, M. (2025). *Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Sari Roti (Studi Pada Masyarakat Sidoarjo)*. 31–46.
- Basu Swastha Handoko, T. H. (2021). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. BPFE.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th ed.)*. Pearson Education.
- Chrisavira, M. (2025). Analisis Peran Mega, Macro, Dan Micro Influencer Dalam Promosi Produk Kecantikan (Studi Pada Konten Influencer Di Tiktok). *Jurnal Lab*, 14(1), 69–83. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i1.1292>
- Crow, L. D., & Crow, A. (1963). *Educational Psychology*. American Book Company.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Fadila, N., Hidayat, F., Elvira, R., Islam, U., Sjech, N., Djambek, M. D., & Konsumen, K. (2025). *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara*. *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara*, 6(4), 125–156.
- Hair., H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (1st ed.)* (A. M. A. Husnu Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu.

- Fadila, N., Hidayat, F., Elvira, R., Islam, U., Sjech, N., Djambek, M. D., & Konsumen, K. (2025). Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara. *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara* *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara*, 6(4), 125–156.
- Farida, N., Arifah, P., Adristi, B. C., & Ardiani, O. (2025). Pengaruh Kredibilitas Influencer dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 17(1), 98–119. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v17i1.8729>
- Ferdinand, A. (2021). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (5th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2020). *Content marketing for dummies (2nd ed.)*. John Wiley & Sons.
- Handayani, N. M. A. P. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Toko Karung Jantan Di Kota Denpasar. 6, 1524–1536.
- Hapsari, D., & Rachmawati, I. (2023). Pengaruh content marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 45–53.
- Jurnal, J., Mea, I., Sultan, M., Kevin, A., Niodiltanto, S., & Erwin, E. (2025). Swipe Up To Glowing: Strategi Jitu Marketing Content Dan Influencer Marketing Dalam Meraih Minat Beli Konsumen Skincare Di Media Sosial. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2), 1534–1558.
- Kotler, D., & Keller. (2021). *Analisis Produk Perspektif Kotler & Keller*. 3(4), 23–46. <https://doi.org/10.55372/Tanzhim.V3i1.37>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 123–130.

- Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., Ala, M., & Sivarajah, U. (2022). How digital marketing evolves: Insights from a systematic literature review. *Journal of Business Research*, 143, 522–538.
- Lou, S., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
- Luthfy, M. R., Sabrina, H., & Mulia, A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 1040–1048. <https://doi.org/10.60036/jbm.606>
- Malonda, P. (2025). *Analisis Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Pada Game Online*. 9–30.
- Maulana, A., Putra, R., & Sari, M. (2020). Pengaruh influencer marketing terhadap minat beli konsumen pada era digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 123–134.
- Maulana, F., & Juharsah Yusuf, & H. (2025). *Dampak Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. 17(1).
- Mei, N., & Malang, D. I. K. (2025). *Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk Inspired D Kota Malang*. 3(5), 1–8.
- Melati, N. A. (2022). Pengaruh influencer marketing terhadap minat beli produk kosmetik: Survey pada konsumen produk Dear Me Beauty di Kota Sukabumi. In *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Melati Putri, Komariah Kokom, & Mulia Faizal. (2022). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Nisrina, M. (2021). *Bisnis Online dan Media Sosial*. Pustaka Baru Press.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39–52.
- Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses (2nd ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Putri, A., Ramadhan, R., & Prasetyo, D. (2024). Pengaruh konten video pendek TikTok terhadap minat beli generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 55–66.

- Putri, A., & Wibowo, R. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap minat beli konsumen pada produk fashion yang dipasarkan secara digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(1), 23–34. <https://doi.org/10.xxx/xxxx>
- Putri, S. M., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jiabis: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis & Ilmu Sosial*, 2(1), 86–97.
- Salsabila, A., & Wibowo, B. (2023). Pengaruh influencer marketing di Instagram terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–10.
- Santoso, R. D. W. & B. (2023). *Pengaruh Konten Marketing @Xo.Chocho_1 Terhadap MInat Beli Konsumen di Instagram*. 1–23. [https://eprints.ums.ac.id/114684/2/REVISI_SIDANG SKRIPSI_Randy Dwi Wahyudi_L100190064.pdf](https://eprints.ums.ac.id/114684/2/REVISI_SIDANG_SKRIPSI_Randy_Dwi_Wahyudi_L100190064.pdf)
- Saputra, M. R. (2025). Pengaruh Variety Produk, E-Wom dan Produk Quality Terhadap Minat Beli di Hengki Auto Mobil. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 145–154.
- Sari, D., & Nugroho, A. (2022). Pengaruh konten media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen pada UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 85–94.
- Saununu, S. J., Reken, F., Tubalawony, J., & Tabelessy, W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap. *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5846–5856.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson Education.
- Sepiani, A., Roza, S., & Hasbullah, H. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Jiniso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(10), 1–12.
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Influencer-brand fit and consumer trust: How influencer image congruence affects consumer attitudes and purchase intention. *Journal of Marketing Communications*, 26(5), 456–473. <https://doi.org/10.1080/13527266.2020.1763233>
- Sudha, M., & Sheena, K. (2022). Impact of influencers in consumer decision process: The fashion industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 19(3), 14–30.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tarigan, E. B., Nofiawaty, N., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1618–1629.

Wakhid, A. (2025). *Pengaruh Konten Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Pada Toko Flo Distro Bengkulu.*