



DAFTAR PUSTAKA

Setiyorini, Farida., & Kristiyana (2018). Pengaruh promosi melalui media sosial, word of mouth, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan obyek wisata gunung Beruk Karangpatuhan Balong, Vol 2 No.1 April 2018 hal 12-17

Handika, & Darma (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial Instagram, Vol 15 No.2 April 2018

Suwardi, & Yusuf (2021). Pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian sepatu Kimber (@Kimbershoes), Vol 5 No.2, 2021

Fredik., & Dewi (2018). Analisis pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian, Vol 7 No.2, 2018

Suparnoto., & Setiobudi (2020). Pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan minat beli produk Haverwood, Vol 5 No.5 Desember 2020

Ade Raisha Nurgayatri (2016). Pengaruh promosi online pada media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen brand Elmeira, Vol 3 No.3 Desember 2016

Rachmat Ariyanti., & Zuliestiana (2016). Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen, Vol 3 No.3 Desember 2016

Aris Jatmika Diyatama (2017). Pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk Saka Bistro & Bar, Vol 4 No.1 April 2017



Yenny Yuniarti (2016). Pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online, Vol 18 No.1 Januari-Juni 2016

Damas Rambatan Rakanda (2020). Penggunaan media sosial Instagram dalam pembentukan identitas diri generasi z atau igeration di desa Cawas.

Wulan Suciningtyas (2012). Pengaruh brand awareness, citra merk, dan media communication terhadap keputusan pembelian.

Oscar., & Keni (2019). Pengaruh citra merk, persepsi harga, dan service quality terhadap keputusan pembelian konsumen, Vol 3 No.1 April 2019

Bakhtiar, Jayusman., & Jalaluddin (2020). Pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian di toko Nindy pernak pernik pangkalan BUN, Vol 8 No.2 Maret 2020

Mulitawati., & Retnasary (2020). Strategi komunikasi dalam membangun citra merk melalui sosial media Instagram, Vol 4 No.1 2020

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Ed). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Diamond (2015). *Social Media Around the World 2012*

Foster, B. (2017). Impact of Citra merk on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company).

Ghozali, I. (2016). *Apliasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.



Kotler., Philip., & Gerry Armstrong, (2014). Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Setiadi., (2019). **Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen**

Cooper., Donald R., & Pamela S. Schindler. (2017). Metode Penelitian Bisnis Volume 2, Edisi 12, Alih Bahasa Gina Gania, Jakarta: McGraw-Hill

Hariyanti, Novi Tri., Wirapraja., & Alexander (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern.*

Website

Tribunnews (2022), Cerita Kolaborasi Song Joong Ki dan Scarlett Whitening <https://www.tribunnews.com/parapuan/2021/09/07/felicya-angelista-bocorkan-cerita-kolaborasi-song-joong-ki-dan-scarlett-whitening>

Compas (2021), Top 5 brand perawatan wajah di E-commerce Indonesia dengan penjualan di atas 10Miliar.

<https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>

Kompas (2019), Separuh penduduk Indonesia sudah “melek” media sosial.

<https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>