

DAFTAR PUSTAKA

- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Albin Sayyid Agnar Caesar Purwanto¹, T. P. (2019). Majalah Ekonomi _ ISSN No. 1411-9501 _ Vol. XXIV No. 2 _ Desember 2019 Albin Sayyid Agnar Caesar Purwanto & Teguh Purwanto. *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Trustworthiness (Studi Pada Akun Instagram @Kulinersby)*, 1411, 219–231.
- Amelia, N. (2020). *Pengaruh Endorsement Dan Instagram Ads Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Fashion Hijab Outfit Di Surabaya*.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah*, 1(0118047804), 1–50.
- Dhestantya, D. (2018). *Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang , Banten*. 1–193.
- Dina Najib H.A, S. F., Daud, I., & Rosa, A. (2019). PENGARUH TRUSTWORTHINESS, EXPERTISE DAN ATTRACTIVENESS CELEBRITY ENDORSER DI INSTAGRAM TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK HIJAB (Studi Kasus pada Akun Instagram @gitasav). *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 13–30. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v16i1.9250>
- Goutama, C. E. (2017). Trust dan Trustworthiness dalam Kewirausahaan (Studi Kasus terhadap Kewirausahaan Etnis Tionghoa di Kota Makassar). *Skripsi*, 19(2), 25–33.
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- Hanindhaputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). *Seminar Nasional Sandykala*, 29, 335–343.
- Hutabarat, J. R. (2020). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING PADA PRODUK EIGER SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN ERA MODERN*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS MAHASISWA DI KECAMATAN MEDAN TIMUR). *Sasmitodia*, 1–5.

- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xz3d8>
- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>
- Kapuy, H. R. (2019). *TRUSTWORTHINESS DAN REPUTASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT . POS INDONESIA CABANG POSO*. 19(2), 25–33.
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer Dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 479–482.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Samsiani, N. (2020). *PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN KONSUMEN. PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN KONSUMEN*. 4, 9–15.
- Sari, nthya R., & Hidayat, A. M. (2021). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP UNIVERSITAS TELKOM THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT UNIQLO*. 8(2), 1361–1368.
- Senjaya, christine surya. (2019). *Penggunaan tepung biji wijen hitam dalam pembuatan macaron*.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VIII(2), 1–9. www.youtube.com/TasyaFarasya,
- Syakira, & Moeliono. (2018). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty

- Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4412–4420.
- tessa surya ningsih, siska lusia putri. (2020). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 100(April), 43–54.
- Vinny Herviani1, P. H., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1(1), 60–74.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2020). *Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong*. 2(2014), 222–230.
- Yogastrian, I. (2020). *PEMBELIAN PRODUK SEPATU (Study Kasus Pada Sepatu Brand Lokal)*.