

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D., & Kunto Sondang, Y. (2013). ANALISA PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MIDTOWN HOTEL SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*.
- Arikunto, S. (2010a). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010b). *Prosedur penelitian*.
- Arini, M., Angga, I. K., & Putra, M. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand ( The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand )*. (29), 335–343.
- Arista, a E. D., & Astuti, S. R. T. (2011). *dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*. 13(1), 37–45.
- Arum, D. nirmala janie. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss*.
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2017). *Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends*. 1–11.
- Dewi, Y. R. (2017). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP BRAND CREDIBILITY DAN BRAND EQUITY PADA ONLINE SHOP ( Study pada Online Shop Vanilla Hijab Indonesia ). *Ekonomi Bisnis*, 22, 80–86.
- Ellora, D. (2019). Mengenal Berbagai Jenis Influencer di Media Sosial. Retrieved from <https://journal.sociolla.com/lifestyle/mengenal-influencer-media-sosial>
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>
- Francisco, A. R. L. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Franedy, R. (2019). Survei : Pengguna Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi*

*Dan Kesekretarisan*, 4(1), 53–60. Retrieved from <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>

Jayabaya Putu Nina Mediawati, P. (2018). Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Aplikasi Mobile Kai Access. *經濟研究*, 22–33.

Kotler, P. (2012). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Education International.*

Kurniati, I. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). *Bisnis Administrasi*, (45), 39. Retrieved from <http://eprints.polsri.ac.id/id/eprint/674>

Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10-24>

Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>

Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).

Nugroho, M. B. (2013). 濟無 No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

P. musay, F. 2013. (2013). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. *Universitas Brawijaya*.

Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi*, 15.

- Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Ilmu Politik Dan Komunikasi, VIII(2)*.
- Sugiono. (2018). Teori Validitas dan Rehabilitas. *Jurnal Kebidanan*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono, P. (n.d.). Dr. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supriyanto, W., & Iswandari, R. (2017). Kecenderungan Sivitas Akademika dalam Memilih Sumber Referensi untuk Penyusunan Karya Tulis Ilmiah di Perguruan Tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 13(1)*, 79. <https://doi.org/10.22146/bip.26074>
- Teviana, T. (2011). *Jurnal keuangan & Bisnis Volume 3 No. 3, November 2011*. 3(3).
- Tjiptono, F. (2012). Product and Price Influence on Cars Purchase Intention in Malaysia. *Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS) A Peer-Reviewed Monthly Research Journal*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). ( Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati ). *Jurnal Administrasi Bisnis, 51(1)*, 44–48.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, (April 2015), 327–337.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1)*, 660–669.