

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Institut Dian/Interfidei.
- Adib, Sahal Afham, Osly Usman, dan Rahmi. 2024. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT INVESTASI KRIPTO PADA GENERASI MUDA."
- Ahmad Yahya Surya Winata. 2021. *Pemasaran Digital : Kapabilitas dan Agilitas dalam Bisnis*. https://perpustakaan.politekniktempo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=636.
- ALICE E. MARWICK. 2013. "Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age." <https://www.jstor.org/stable/j.ctt5vkzxr>.
- Andika Candra, Helvi. 2024. "Pengaruh Advertising Dan Brand Trust Dengan Mediasi Perceived Usefulness Dan Variabel Confidence Sebagai Moderasi Terhadap Niat Pembelian Crypto Pada Generasi Z Di Indonesia."
- APJII. 2024. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." *APJII*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Armstrong, Gary., dan Philip. Kotler. 2023. *Marketing : an introduction*. Pearson.
- Bappebti. 2024. "Ada 19 Juta Investor, Antusiasme Kripto Diprediksi Meningkat." <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/ada-19-juta-investor-antusiasme-kripto-diprediksi-meningkat>. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/ada-19-juta-investor-antusiasme-kripto-diprediksi-meningkat>.
- Bognar, Zrinka Blazevic, Nikolina Puljic Plesa, dan Dominik Kadezabek. 2019. *Impact of influencer marketing on consumer behaviour*. <https://www.researchgate.net/publication/368880285>.
- Chalil, Rifyal Dahlawy. 2022. "Investasi mata uang kripto: investigasi peran keterlibatan dan pengetahuan konsumen dalam keputusan pembelian."
- Chen, Cathy Yi Hsuan, dan Christian M. Hafner. 2019. "Sentiment-Induced Bubbles in the Cryptocurrency Market." *Journal of Risk and Financial Management* 12(2). doi:10.3390/jrfm12020053.
- Darmawan, I Ketut. 2020. 02 Journal Research Management (JARMA) *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DI KOTA DENPASAR (Studi Empiris pada Konsumen Pembelian Produk Oriflame*. www.geogle.com/daftarnamaproduk.

- Fathurrahman, Muhammad Miftahul, Diana Triwardhani, dan Jenji Gunaedi Argo. 2021. *PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA*.
- Fernanda, Jenny, Muhammad Faisal Azka, dan Achmadiannisa Putri. 2023. “Analisis Perilaku FoMO Mahasiswa Universitas Jember Dalam Perspektif Masyarakat Konsumsi-Baudrillard.” *Journal of Creative Student Research* 1(6): 232–44. doi:10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2967.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. ed. Qiara Media. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. 2016. “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.”
- Hair, Joseph, William Black, Barry Babin, dan Rolph Anderson. 2019. “Multivariate Data Analysis (1).”
- Hariyanti, Novi Tri, dan Rosa Ni. 2018. *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)*. <https://www.researchgate.net/publication/339787291>.
- Hutapea, Debora. 2025. 6 Management Studies and Entrepreneurship Journal *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berinvestasi Pada Cryptocurrency*. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Komang, Lola Yasinta, dan Romauli Nainggolan. 2023. 8 PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis *PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI SURABAYA DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2022. “Manajemen Pemasaran Edisi ke-16.”
- Majid, Rafi Athallah, dan Evi Selvi. 2022. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora Premium Care Grand Galaxy.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2022(19): 336–45. doi:10.5281/zenodo.7174162.
- Manullang, Flora Agustina. 2022. “PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST DAN SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA ONLINE PT GREAT SEASONS TRAVEL.”

- Mara, Sela Vita. 2023. "PENGARUH GAMBLER'S FALLACY, FoMO, HINDSIGHT TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL DALAM BERINVESTASI CRYPTOCURRENCY."
- Mardiana, Dian, dan Rosdiana Sijabat. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>.
- Muzammil, Oktafalia Marisa, dan Stefina Mariam. 2022. *PENGARUH FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MATA UANG KRIPTO PADA GENERASI SANDWICH DI JAKARTA*.
- Perayunda, I Gusti Ayu Diah, dan Luh Putu Mahyuni. 2022. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN INVESTASI CRYPTOCURRENCY PADA KAUM MILENIAL." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 6(3). doi:10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224.
- Prakoso, Cahyo. 2023. "PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP NIAT BELI (STUDI KASUS PADA RAISA SEBAGAI INFLUENCER AQUA)."
- Prasetyo, Achmad Wafa, dan Ricky Eka Putra. 2024. "Analisis Sentimen Twitter Pada Cryptocurrency Menggunakan Bidirectional Encoder Representations From Transformers Dan Region-Based Convolutional Neural Network." *Journal of Informatics and Computer Science* 06.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andita Hatmawan. 2019. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.
- Saputra, Didin Hadi, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo, dan Dewi Wahyuni. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*.
- Septian, Reza. 2025. "Analisis Pengaruh Promosi Platform Exchange, Ulasan Pengguna, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Crypto Asset Di Aplikasi Indodax."
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukamulja, Sukmawati, dan Cornelia Olivia Sikora. 2018. "THE NEW ERA OF FINANCIAL INNOVATION: THE DETERMINANTS OF BITCOIN'S PRICE." *Journal of Indonesian Economy and Business* 33(1): 46–64. <http://journal.ugm.ac.id/jieb>.
- Ullah, Subhan, Rexford Attah-Boakye, Kweku Adams, dan Ghasem Zaefarian. 2022. "Pengaruh Influence of Celebrity dan Government Endorsements Terhadap Volatilitas Harga Bitcoin." *Journal of Business Research* 145: 228–39. doi:10.1016/j.jbusres.2022.01.055.

- Waloyandari, Mustika Jati, dan Alvy Mulyaning Tyas. 2024. “Pengaruh Teknologi Blockchain Terhadap Kepercayaan Investor dalam Pengambilan Keputusan Investasi.” *R2J* 6(5). doi:10.38035/rrj.v6i5.
- Wijaya, Dimas Irawan. 2024. *The Influence of Influencer Marketing, FOMO, and Trust on Cryptocurrency Purchase Decisions*.
- Willyan, dan Marginingsih Ratnawaty. 2024. “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Cryptocurrency Di Kalangan Mahasiswa Bina Sarana Informatika Margonda.” *Jurnal Transformasi Bisnis Digital* 1(4): 165–76. doi:10.61132/jutrabidi.v1i4.269.
- Yaga, Dylan, Petter Mell, Nik Roby, dan Karen Scarfone. 2018. “Blockchain Technology, DeFi (Decentralized Finance) Strives to Increase Financial Inclusion of the Unbanked by Reshaping the World Financial System.” <https://doi.org/10.6028/NIST.IR.8202> (Juli 31, 2025).
- Yusita, Nafika Wahyu, Rizal Ula Ananta Fauzi, dan Heny Sidanti. 2024. “PENGARUH E-WOM DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.”
- Zanesty, Aditya Rayha, Arya Dewa Prakasa Tio, Alina Intania Chantika, dan Aini Rakhmawati Nur. 2022. “ANALISIS PENGARUH INFLUENCER SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT INDONESIA DALAM PEMBELIAN CRYPTOCURRENCY.” doi:10.55208/bistek.