

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M. (2010). *Analisis Statistik*. Surabaya: Duta Aksara.
- Afriyani, A. (2022). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Scarlet Whitening di Kalangan Mahasiswa UNIS Sultan Syarif Kasim Riau. 5-6.
- Ali, Muhammad. (2000). Penelitian Kependidikan Prosedur & Startegi. Bandung APJII. (2022). Laporan Survei Internet APJII 2021-2022. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 2022, 1-146.
- Asmara, Afriyani. (2022). Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Kalangan Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau. *Skripsi*, 6-7.
- Athaya Hasna, F. &. (2021). Memahami Influencer Marketing : Kajian Literatur dalam Variabel Penting bagi Influencer. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 334-336.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Penduduk 2022* Bekasi: Badan Pusat Statistik
- Bruns, I. (2018). *'Trust' and 'perceived authenticity' in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18-24-years-olds in Ireland*. [Master's thesis, Dublin Business School].
- Depkes RI. (2009). *Klasifikasi umur menurut kategori*. Jakarta: Ditjen Yankes.
- Dhestantya, Dhea. (2015). Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Wardah.
- Duwi, P. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* . Yogyakarta: Mediakom.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrell, O. & H (2011). *Marketing Strategy Fifth Edition*. South-Western.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

- Hariyanti N.T., W. A. (2018). Pengaruh influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, 133-146.
- Irmayanti, I. (2021). Pengaruh Influencer Review pada Instagram terhadap Minat Beli Produk Wardah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017. *Skripsi*, 9-14.
- Irwansyah, A. S. (2020). Peran Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram . *Jurnal Ilmiah* , 203-229.
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson .
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Luh, J. N. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli Konsumen pada Tpsrba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. 18(1), 33-38.
- Lutfiah. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. 1-10.
- Narbuko Cholid, &. A. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyanto., (2010). *Paham Analisa Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putri Anggita, A. &. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. *Jurnal Komunikasi*, 474-484.
- Sudjono. 1994. Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryadi. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan kuantitatif)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Taris.Q., L. A. (2021). Pengaruh influencer Marketing terhadap Kaputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 33-35.
- Wibisaputra, A. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Widjaja, A. &. (2017). *Ledakan Ide Bisnismu (dalam 9 Minggu)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.