

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif.
- Aldi, A. F., & Tri, N. E. (2022). *Erancangan Media Desain Komunikasi Visual Untuk Sosial Media Instagram Feed Merry Triip Di Janji Design Lab*.
- Anggraeni, dkk. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. *Jurnal Ekonomi*.
- Aqil, A. D. C. (2020). Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit: Literature Study of Service Quality Towards Patients Satisfaction in Hospitals. *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 2(2), 1-6.
- Bilgin, Y., (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), pp.128-148.
- Chang, Y.T., Yu, H., Lu, H.P., 2015. Persuasive messages, popularity cohesion and message diffusion in social media marketing. *J. Business Res.* 68(4), 777–782.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852-862.
- Entrepreneur, J. (2021). *7 Strategi Pemasaran dengan Budget Rendah di Social Media*. Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/social-media-marketing-ukm/>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiayati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press.

- Hanindharputri, 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) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343.
- Hertantiningih, T., Wibowo, S. K. A., & Fuady, I. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Video Endorsement Influencer Arief Muhammad Dan Tasya Farasya Di Instagram Feeds. *Jurnal Common*, 6(1), 60-72.
- Joan, V. (2021, Januari 15). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Retrieved from [compas.co.id: https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/](https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/).
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers. *Celebrity studies*, 8(2), 191-208.
- Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th Ed.)*. Jakarta: Erlangga
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts& Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25.
- Mahmudah, F. N. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas. ti Versi 8*. UAD PRESS.
- Mardiyah, I. M., & Pudrianisa, S. L. G. (2022). Pengemasan Iklan Makro Influencer Scarlett Whitening di TikTok untuk Membangun Brand Awareness. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2(2).

- Mustaqimah, N., & Rahmah, A. H. (2022). Peran Digital Influencer dalam Memberikan Edukasi Pemilihan Produk Kecantikan pada Akun Instagram@ dr. richard\_lee. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 1-13.
- Morissan. (2019). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103.
- Nabila, A. S. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Online Shop Xavia Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Viktoria, K. (2022). Macro Vs Micro-Influencer: Which One to Choose Based on Brand Awareness and Purpose.
- Nardiyono, dkk (2023). Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran pada Media Sosial Instagram Solo Technopark. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*.
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216-227.
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42-51.

- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Sastypratiwi, H., & Nyoto, R. D. (2020). Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review. *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika)*, 6(2), 250-257
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Satori & Komariah, A. (2019). Metodologi penelitian kualitatif.
- Sholihin, R. I. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Electronic Word Of Mouth, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eboni Watch.
- Sudha, dkk (2017). Impact Of Influencers In Consumer Decision Process: The Fashion Industry. *Jurnal A Quartely (14-30). SCMS Of Indian Management*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.

- Wibowo, RA (2021). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: *Radna Andi Wibowo Media*.
- Wijaya, H. (2020). *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. *Kajian Literatur Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis*.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation., 34(7), 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>
- Yulianah, S. E. (2022). *Metodelogi Penelitian Sosial*. CV Rey Media Grafika.