

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, D., & Yuliana, E. (2021). *Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme*. Jurnal Komunikasi Sosial, 8(4), 100-112.
- Febriyanti, N. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut)*. Jurnal Pemasaran dan Komunikasi, 5(2), 76-88.
- Fadillah, R., & Wardhani, L. K. (2022). *Pemanfaatan Influencer sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Awareness Tinkerlust*. Jurnal Pemasaran Digital, 7(1), 34-47.
- Irawati, S., & Fauziah, N. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kalangan Milenial dan Gen Z*. Jurnal Pemasaran dan Bisnis, 9(1), 55-68.
- Lengkawati, A. S & Taris Q. (2021). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)*. Jurnal Prismakom 18(2).
- Livingstone, S. (2004). *The Impact of Digital Media on Society*. Jurnal Media and Society, 15(2), 65-80.
- Nugroho, A., & Pamungkas, D. (2022). *Kredibilitas Influencer dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Pemasaran Modern, 6(3), 45-58.
- Putri, R., & Suharyanti, S. (2023). *Peranan Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0*. Jurnal Strategi Pemasaran Digital, 7(1), 50-62.
- Rahmawati, A. (2021). *Influencer Fatigue dan Tantangan dalam Pemasaran Digital*. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 4(2), 77-89
- Santoso, S. (2020). *Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online*. Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi 12(2).

Susanti, R. (2023). *Peranan Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital* 5.0. *Jurnal Strategi Pemasaran Modern*, 7(1), 50-62.

Wibowo, A., & Hernawan, A. (2021). *Tingkat Keterlibatan Audiens dalam Kampanye Influencer Marketing*. *Jurnal Pemasaran dan Sosial Media*, 6(3), 42-53.

Wulandari, F., & Nugroho, D. (2022). *Authenticity dalam Konten Influencer Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Audiens*. *Jurnal Media dan Pemasaran*, 5(2), 22-35