

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N. (n.d.). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SKINCARE PADA TIKTOK SHOP. In *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 5, Issue 1).
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2).
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta*.
- Hariyanti, N. T. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)*. <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Heidrick dan Struggles, 2009. (n.d.). Retrieved January 16, 2025, from
<https://redcomm.co.id/knowledges/peran-digital-marketing-menurut-para-ahli>
- Kesuma, M., Dessy Fitria, ;, Ulil, ; Ahmad, Al Umar, A., Ekonomi, F., Islam, B., & Salatiga, I. (n.d.). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PATTAYA CORNER KOTA SALATIGA*.
- Komunikasi Visual, D., Tinggi Desain Bali, S., Tukad Batanghari No, J., & Denpasar, P. (n.d.). *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*.
- Marlina, L., Putu, D., Ardiana, Y., Rini, K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astuti, M., & Pujiyanto, D. (2020). *DIGITAL MARKETING*.
www.penerbitwidina.com
- Marsha Putri, S. (n.d.). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In

Management Studies and Entrepreneurship Journal (Vol. 4, Issue 1).
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Ponten Pranata, S. (n.d.). *Pengaruh Keputusan Pembelian Kartu Paket Telkomsel Dari Prespektif Kualitas Jaringan, Citra Merek Dan Promosi (Studi Kasus Pada Siswa SMK Brigjend Katamso II Medan)*.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279.
<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

Ryana Sari, C., & Molana Hidayat, A. (n.d.). *THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT UNIQLO TELKOM UNIVERSITY*.

Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>

STATISTIK DESKRIPTIF Leni Masnidar Nasution. (n.d.).

Sudarmiati, S., Fitriana, F., & Hidayati, N. (2023). The Implementation of Digital Marketing in SME's: Opportunities And Challenges During The Covid-19 Pandemic. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.72>

Umboh, I. A., Didiek, V., & Aryanto, W. (2023). DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT MODEL THROUGH DIGITAL LITERACY MEDIATION TO IMPROVE SME's PERFORMANCE. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38, 94–108.

Wiranata. (n.d.).