

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Manajemen Equitas Merek, Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta : Mitra Utama.
- Achmat, Z. 2010. Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, Vol 23(2).
- Adinda, T.N., Firdaus M.A., & Agung, S. 2023. Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, Vol 1(1).
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50 : 179 – 211.
- Allen, I. E., & Seaman C.A. 2007. Likert Scales and Data Analyses. *Quality Progress*, 40(7).
- Alma, Buchari. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- APJII. 2020. *Laporan Survei Internet APJII . Laporan Survei*. Jakarta: Indonesian.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., & Rana N.P. 2017. Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers : Extending UTAUT2 with Trust. *International of Information Management*, 37(3).
- Ariasih, Made Putri., & Putu Dharmawan Suryagita S.P. 2023. Analisis Pengaruh Marketing Influencer Tiktok Terhadap Keinginan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Sutasoma*, Vol 1(1).
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Beresforch Research. 2024. *Age Range by Generation*. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/> (Diakses pada Senin, 20 Januari 2025).
- 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).

- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. 2023. Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, Vol 7(2).
- Brown Duncan & Hayes, Nick. 2008. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. 2021. Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, Vol 8(5).
- Deliusno. 2020. *Apa itu TikTok*. Retrieved from <https://review.bukalapak.com> (Diakses pada Senin, 20 Januari 2025).
- Delisar, Ayrton Syifa., & Fajar Adi Prakoso. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Influencer Otomotif Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio pada PT Honda Prospect Motor. *Jurnal Conference on Research and Community Services STKIP PGRI Jombang*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., & hengky Latan. 2015. *Konsep. Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip : Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (Seventh Ed)*. Pearson Education Limited.
- Hariyanti, N.T., & Wirapraja, A. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1).
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2).
- Howard, P.N., & Parks, M.R. 2012. Social Media and Political Change Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 359-362.

- Ismail. 2018. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta : Prenadamedia Group.
- Ismanto, Teguh. 2014. Proses Visualisasi Modifikasi Motor. *Jurnal Inosains*, Vol 9(2).
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mobil (studi kasus mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Kotler & Keller. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Krueger, N., & Casrud, A. 1993. Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 4, 91-104.
- Lamberton, C., & Stephen, A.T. 2016. A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing : Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6).
- Lengkawati, A. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *PRISMAKOM*, Vol 18(1).
- Nasional Alvara Research Center Melibatkan. 2023. *Data Pengguna Internet di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada Senin, 20 Januari 2025).
- Nasution, Abdul Haris. (2026). *Manajemen Sarana dan Prasarana Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa (Studi Multi Kasus di MTsN Pucanglaban dan MTsN Bandung Tulungagung)*. Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Nguyen, N. T. T., Vo, V. T. T., & Nguyen A.T. 2024. Effects of TikTok Influencers on The Purchase Intention of Gen Z : Cosmetic Industry. *Journal of Economics and Management Sciences*, Vol 7(1).
- Riani R, dan Samanta N. 2020. Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Aplikasi Tiktok. International. *Journal of Communication, Management and Humanities AID Conference*.
- Sciffman, Leon G., & Wisenblit J. 2019. Consumer Behavior Pearson. *In Journal*

- of Chemical Information and Modeling*, 53(1).
- Sciffman, & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta : Indeks.
- Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sudha, M., & Sheena, K. 2017. *Impact of Influencers in Consumer Decision Process*. The Fashion Industry.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Putri, Yuni Adinda. 2021. Peran Influencer dan E-WoM terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi TikTok pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Tridananti Palembang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, Vol 5(2).
- Yadav, M., & Rahman, Z. 2017. Measuring Consumer Perception of Social Media Marketing Activities in e-commerce Industry : Scale Development & Validation. *Telematic and Informatics*, 34(7).
- Yuliana. 2004. Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived. *Pronesis : Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, Vol 6(1).