

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, Taofan Ali Achmad. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, Taofan Ali Achmad. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- A. Shimp Terence, *Periklanan dan Promosi*, Jakarta: Erlangga, 2022, h.460.
- Akbar Maulana Pujangga, S.E., M.Si., CPHRM, CRMA., C.PTOT., Asep Wahyudin, S.E., Andi Dwi Saputro, S.M., Amaliya Nor Al Amri, S.E. *Strategi Pemasaran Dengan Celebrity Endorser Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli*. Indramayu: Penerbit Adab, 2022.
- Amali, Muhammad Syafrie, Sri Fatmawati, Devina Aulia Rosdiana, and Lily Setyawati Kristianti. "Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* 4, no. 1 (2025): 338–341. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/44993>.
- Anggraeni, Intan, and K. Y.S. Putri. "Pengaruh Komunikasi Endorser Pada Media Instagram Terhadap Brand Awareness." *JurnalCommon* 6, no. 1 (2022): 32
- Assoc. Prof. Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M., Rizka Ismi Khoiriah, S.Tr.M., C.DMM. *Manajemen Produk Dan Merek Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2024.
- Atala, Kayla Rifa, and Siti Komsiah. "Efektivitas Endorsement Terhadap Brand Awareness." *Ikraith-Humaniora* 7, no. 3 (2023): 340–346. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3>.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 51.
- Bambang Dwi Atmoko. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2019.
- Bambang Sudaryana, H. R. Ricky Agusiady. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish: Deepublish, 2022.
- Billy Nugraha. *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Budi Darma. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Gunung Putri: GUEPEDIA, 2021.
- Damara, Rentika, Marlina Widiyanti, Muchsin Saggaf Shihab, and Aslamia Rosa.

“Pengaruh Sosial Media Influencer Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Pada Bisnis Kuliner Umkm Di Palembang Indah Mall.” *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 3 (2023): 1683–1694.

Data Reportal. “Indonesia Social Media Statistics 2025 | Most Popular Platforms.” *Statistics*. Last modified 2025. Accessed September 10, 2025. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>.

Dedeh Kurniasih. *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Bekasi: Bintang Visitama, 2021.

Dewi Sinta. “Peran Influencer Dalam Membangun Citra Merek Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm).” Universitas Mercu Buana, 2022.

Dr. Wira Yudha Alam S.IP., SE., M.SM., M.IP. , Andi Pratama Pandian , Maharani Rosyelina Cindy , Erika Jihan Shalsa Billa , Muhammad Rizqi Firmansyah, Dera Sofita Anggraini. *Sosial Media Dan Strategi Pemasaran*. Sumedang: Mega Press Nusantara, 2023.

Duana, Amelia Firdausa, and Endang Tjahjaningsih. “Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Brand Image (Studi Pada Z-Chicken Binaan Baznas Di Kota Semarang).” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 5 (2024): 1126–1138.

Encyclopaedia Britannica. (n.d.). Instagram. <https://www.britannica.com/topic/Instagram>

Faradina, Shafira Putri. Analisis Strategi Pengelolaan Instagram Nganjuk_Foodies dalam Meningkatkan Popularitas UMKM Kuliner di Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @nganjuk_foodies). Skripsi, Universitas Trunojoyo Madura, 2024. Metadata diakses dari Digital Library Universitas Trunojoyo Madura.

FIRDAUS, M.M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. Riau: CV. DOTPLUS Publisher, 2021.

Gan, Jennifer Novalina. “Pengaruh Endorser Non- Selebriti Terhadap Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Instagram” (2016): 55.

Hidayah Aulia Fuskhahti, Sanusi & Tiyas Vika Widyastuti. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Endorsement Produk Kecantikan Ilegal*. Jakarta: Penerbit NEM, 2022.

Iman Subasman, Ansar CS, Ade Suhara, Nur Sehang Thamrin. *Metode Dan Teknik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Pengembangan Untuk Mahasiswa*. Bandung: Penerbit Widina, 2025.

- Influencer Marketing Hub. "Instagram Money Calculator [Influencer Engagement & Earnings Estimator]." Last modified 2025. Accessed September 14, 2025. <https://influencermarketinghub.com/instagram-money-calculator/>.
- James F Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen Jilid III*. Jakarta: Binarupa Aksara, 2020.
- Joseph Thomas. *Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2016.
- Kayawati, Lilis, dan Esa Kurnia. "Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah." *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (September 2021): 1–11. PDF artikel diakses dari Mand-YCMM.org.
- Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Muthia Yuni Praditha. *Seberapa Penting Celebgram Endorsement Bagi Penjualan?* Pekalongan: Penerbit NEM, 2022.
- M, Nisrina. *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (Yogyakarta: Kobis, 2015).
- Mavellyno Vedhitya. "Endorsement Mulai Kehilangan Kekuatan, Tren Influencer Marketing Meredup?" Last modified 2025. Accessed September 15, 2025. <https://www.campaignindonesia.id/article/endorsement-mulai-kehilangan-kekuatan-tren-influencer-marketing-meredup/1901469>.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2016),
- Nisrina M, *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (Yogyakarta: Kobis, 2015).
- Putri, Oktaria Ardika. Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Jurnal ISTITHMAR* Vol 3, no. 2 (2019)
- Ramaputra, Muhammad Atha, and Subhan Afifi. "Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 16–35.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: Penerbit Adab, 2022.
- Royan, Frans M. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2021.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Shidiqy, Dhiya'u. "Efektivitas Citra Merek sebagai Variabel Pemediasi dalam Menciptakan Minat Pembelian." *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (Juni 2023)
- Stacy Jo Dixon. "Instagram, Statistics & Facts." *Statista*. Last modified 2025. Accessed September 15, 2025. <https://www.statista.com/topics/1882/instagram>.
- Sugiarto Maulana, Yogi, Dian Hadiani, and Sri Wahyuni. "Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan." *Perwira Journal of Economics & Business* 1, no. 2 (2021): 1–7.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).
- Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2018).
- Susan Gunelius. *30-Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw Hill Professional, 2020.
- Suwiknyo Dwi. *The Handbook of Internet Marketer*. Jogjakarta: Garailmu, 2017.
- Utami, Dinda, Tulus Suryanto, dan Yulistia Devi. "Pengaruh Viral Marketing & Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Generasi Z pengguna Produk The Originote di Bandar Lampung)." *Jurnal Media Akademik* 3, no. 4 (April 2025): XX–XX. PDF diakses dari jurnal.mediaakademik.com.
- De Veirman, Marijke, Veroline Cauberghe, and Liselot Hudders. "Marketing through Instagram Influencers: The Impact of Number of Followers and Product Divergence on Brand Attitude." *International Journal of Advertising* 36, no. 5 (2017).
- Widodo, Bambang, and Jessica Carmelita. "Pengaruh Penggunaan Endorsement Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel Harris Vertu Harmoni Jakarta." *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination* 1, no. 4 (2022): 196–203.