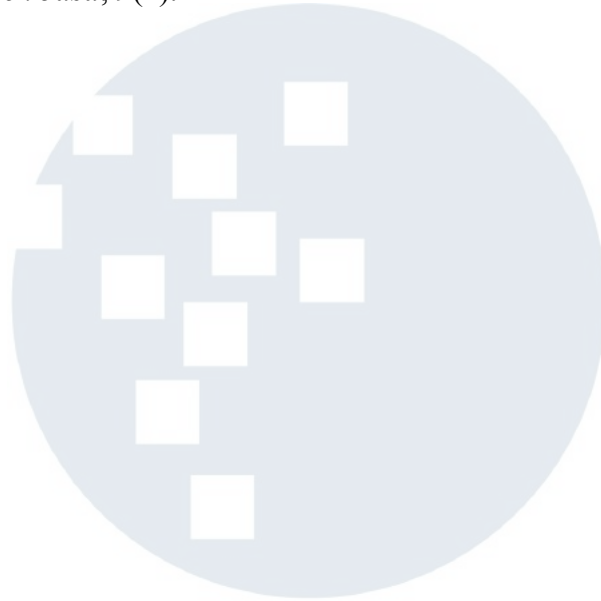


DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, H. M. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MEDIA SOSIAL. *Universitas Islam Indonesia*.
- Farida, N., Purwitasari, E., & Taufik, I. (2022). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI SUBSCRIBERS PADA CHANNEL YOUTUBE OTOMOTIF RIDWAN HAN. *AMKRTV Jakarta*, 4(1).
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Josephine, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Monomolly (Survei Followers Instagram @monomolly.id).
- Maulana, I., & Merseyside, J. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI ERA EKONOMI DIGITAL.
- Mewekwang, J. D., & Hidayah, R. T. (2023). THE EFFECT OF INFLUENCERS' CREDIBILITY ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTION TO BUY SOMETHINC PRODUCTS MEDIATED BY INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT. *JMBI UNSRAT*, 10(2).
- Noviyanti, N. (2023). REDIBILITAS INFLUENCER ARIEF MUHAMMAD DI AKUN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @IKOY2AN TERHADAP MINAT MENGIKUTI TREND GIVEAWAY (SURVEY PADA FOLLOWERS @IKOY2AN). *Universitas Nasional*.
- Opong, P. K., John Mensah, & Matilda Addae. (2021). *The Importance of Value, Image, Credibility and Trust to Repurchase Intentions in Over-the-Counter Herbal Market in Sub-Saharan Africa*. Scientific Research Publishing.
- Rifiani, P., Dharta, F. Y., & Oxygentri, O. (2022, Agustus). Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Eksplanatori pada Pengikut Media Sosial Instagram @fadiljaidi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 289-301.
- Saputra, F. Y. (2022). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer Media Sosial terhadap Minat Beli Produk Perawatan Pribadi. *Podomoro University*.
- Sausan, A., Halimi, D. M., & Sarassina, F. F. (2021). Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Purchase Intention pada Jasa Konsultan Psikologi CV. Analisa Personality Development Center (Studi Kasus pada followers instagram @analisa.widyaningrum). *Universitas Gajah Mada*.
- Sugiharto, S. A., & Ramadhan, M. R. (2018, Desember). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 6(2).
- Syafi'i, K. A., & S.E., M.Si., Ph.D, s. (2020). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PADA MARKETPLACE TIKTOK SHOP. *Jurnal Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.

- Umami, N., Idulfilstri, R. M., & Kurniawati, M. (2021). PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI TERHADAP MINAT BELI PRODUK TEH SIAP MINUM PADA DEWASA AWAL. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 5(2).
- Wilopo, Y. P. (2021). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DOUBLETREE BY HILTON SURABAYA. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(2).



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA