

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>
- AJENG DWITA AYUNINGTYAS. (2025, May 6). *Jakarta Diproyeksikan Alami Pertumbuhan Penduduk 0,23% pada 2025*. GoodStats.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019a). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2). <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019b). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2). <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Angel Gavrilu. (2025, April 25). *Kupas Pola Konsumsi Vape di Indonesia Lewat Angka*. GoodStats.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2).
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3347>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3).
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Bernadeta Rosariana. (2021, September 28). *Generasi "Milenial" Dan Generasi "Kolonial."*
- Cinta, N., Sirait, S., Sulaiman, F., Arif, A., Beli, N., Scarlett, K., & Sulaiman2, F. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Niat Beli Konsumen Scarlett di Gereja Polonia. In *JUMANAGE* (Vol. 3, Issue 2). <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/zhttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanagez>
- Desy, A., Nurmayasari, M., & Saripah. (2023). Penggunaan Media Sosial Tik Tok dan Pengaruhnya terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMK Al Khairiyah Bahari Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Immaculata, M. A., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea oleh Konsumen. *Prologia*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10169>
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1). <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Jessica, I. (2021). Pengaruh Advertising Appeals Terhadap Repurchase Intention Dengan Celebrity Endorser Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Khalyza Qaedaniesia Wibowo, & Moulia Putri Utami. (2023). Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Remaja Di Tokopedia. *Jurnal Media Administrasi*, 8(1). <https://doi.org/10.56444/jma.v8i1.455>
- Kotler, P. , & A. G. (2018). *Principle of Marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Malhotra, N. K. B. I. B. ; N. B. N. (2020). *Marketing research : an applied orientation 7th Ed*.
- Malihah, L., & Meilania, G. T. (2023). ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI PRODUK OREO. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(2). <https://doi.org/10.33366/jisip.v12i2.2612>
- Mulyana, S. A., & Kaligis, R. A. W. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 2(1). <https://doi.org/10.35814/publish.v2i1.4903>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DInamika Sosial*, 1.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1). <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- R, H. V., & Alamiyah, S. S. (2023). Pengaruh Lee Min Hoo sebagai Brand Ambassador Azarine Cosmetic Terhadap Minat Beli Generasi Z. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12). <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3370>
- Rahman, A. N. F. , I. N. N. , & B. Q. N. (2024). Peran Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis dalam Peningkatan Penjualan Brand “Sevatu” di Tasikmalaya. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*.
- Rasendriya, A. H. , A. V. N. , K. S. I. , & K. M. I. (2022). Analisis Isi Pesan Persuasif Pada Spanduk Protokol Kesehatan di Kota Surakarta. (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS BALI INTERNASIONAL. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Riyan Nurul Hakim. (2024, August 28). *Lokasi FOOM Experience Store: List*

- Lokasi Lengkap dan Fasilitasnya. Foom.*
- Shimp, T. A. , & A. J. C. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications (10th ed.). Cengage Learning.*
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan). In *Metode Penelitian Pendidikan.*
- Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67, 18..
- Sugiyono, S. (2019). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1).
- Surbakti, M. K. R., Wijayanto, G., & Pailis, E. A. (2022). PENGARUH INFLUENCER, LIFESTYLE DAN BRAND IMAGE TERHADAP IMPULSE BUYING DI E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL KOTA PEKANBARU). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4.
- Uci Sugiarti. (2025, February 10). *Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial.* GoodStats.
- Wardani, A. P. K., Aulia, S. W., & Ulia, Z. (2022). Dampak Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Tokopedia di Magelang. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(2). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.380>
- Yasinta, K. L., & Romauli Nainggolan. (2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI SURABAYA DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE. *PERFORMA*, 8(6). <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806>
- Yunitadewi, D. (2022). Pengaruh Efektivitas Influencer Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Face Shop Di Kota *The Manager*