

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993-4016.
- Agustini, M. P., & Komariah, K. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1601-1610.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: MultiChannel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *DinastiInternational Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>.
- Anarawan, C. (2023). **MAGANG & STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT PERAN AFFILIATE MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KURSUS ONLINE BERSERTIFIKAT DI YAYASAN ADIPURNA INOVASI ASIA (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Digital Indonesia).**
- Arif, A., Sukuryadi, S., & Fazatimaturrahmi, F. (2019). Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajar Di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ips Terpadu Smp Negeri 1 Praya Barat. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 1(2)
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53-60.

- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 157-167.
- Brown, D. & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* (1 ed.). Routledge.
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh sales promotion dan influencer marketing terhadap minat membeli dalam mobile legends. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45-55.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Giles, D. C., & Edwards, L. (2018). *Instagram and the rise of the social media 'influencer'*. Emerald Publishing Limited.
- Harahap, D. A. dan Amanah, D. (2018) Perilaku Belanja Online di Indonesia : Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol 9. No. 2, 2018
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hastiana, A. T., & Astuti, R. D. (2023). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Pada Industri Skincare Merek Lokal Indonesia. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 7(1), 399-409.
- Imawan, S. H. (2021). Pengaruh Influencer Online Marketing RaffiNagita Terhadap Purchase Intention Produk MS Glow Men Dengan Behavior Control Sebagai Variabel Moderating Di Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kuspriyono, T. (2020). Strategi Pemasaran Komunitas Pedagang Berbasis Online dan Personalisasi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 1937-1942.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lengkawati, S. A. (2021). 33 | Page 34 | Page. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut), 18(1), 33–38.
- Maulida, L. (2020). Jumlah Influencer Indonesia Meningkat di Tengah Pandemi. *Tek.Id*. <https://www.tek.id/culture/jumlah-influencer-indonesia-meningkat-di-tengah-pandemi-b1ZVp9jeZ>
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., ... & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Permana, A. (2020). Perkembangan Bisnis Onlie di Indonesia. Retrieved from www.seoanaksholeh.com
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8(2), 45-57.
- Pinky, A. (2022). *Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

- Putria, N. E. (2015). Pengaruh Pemanfaatan Mobile-Marketing Smarphone Blackberry Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 3(1).
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *AI-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 94-103.
- Ratri, D. (2022). Influencer Marketing: Definisi, Manfaat, Tips, dan CaraMemilihnya. *Bisnis Lain Pemasaran*. <https://qontak.com/blog/influencer-marketing/>
- Riani, R., & Samatan, N. (2020). Pengaruh influencer marketing dan Viral marketing terhadap pengambilan keputusan penggunaan aplikasi tiktok. In *International Journal of Communication, Management and Humanities AID Conference, Hal* (pp. 145-156).
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Relationship of Purchase Interest , Price andPurchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Low Politicand Humanities*, 2(2), 71–80.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness to Buy Pada Marketplace Shopee Dengan Subjective Norm Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 9.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- To, A. T., & Phong, T. K. (2022). The impact of influencer marketing on purchase intention: An empirical study in Ho Chi Minh City. *The International Conference on Business Based on Digital Platform (BDP-2)*, 2022.