

DAFTAR PUSTAKA

- Adekunle, S. A., & Dimowo, O. L. (2023). Comparative Analysis Of Smartphone Preference Among Nigerian University Students. *International Journal Of Management Studies*, 30. <https://doi.org/10.32890/Ijms2023.30.2.11>
- Administrasi, J., Terapan, B., Dan, E., Sistem, E., Administrasi, P., Efektivitas, S., Efisiensi, D., Pengelolaan, S., Surat, A., Kementerian, P., Pada, K., Kesehatan, K., Ridha, M., Efektivitas,) ", Sistem, D. E., Pada, S., Jurnal, ", & Bisnis, A. (2023). Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pengelolaan Administrasi Surat Pada Kementerian Kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(2), 5. <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i2.1076>
- Afifah Aulia Zayrin, Hayatun Nupus, Khalista Khansa Maizia, Siska Marsela, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789. <https://doi.org/10.61104/JQ.V3I2.1070>
- Alan, Ü., & Atalay Kabasakal, K. (2020). Effect of number of response options on the psychometric properties of Likert-type scales used with children. *Studies in Educational Evaluation*, 66, 100895. <https://doi.org/10.1016/J.STUEDUC.2020.100895>
- Alfa'izy, E. A. F., Pramana, E., & Gunawan. (2023). Mobile Payment Adoption in Generation Z Using Extended Unified Technology Acceptance and Use of Technology. *Indonesian Journal of Information Systems*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.24002/IJIS.V6I1.7340>
- Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan - Dr. Francis Hutabarat, MBA., CIBA - Google Buku.* (n.d.). Retrieved June 9, 2025, from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vz0fEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Hutabarat,+F.+2020.+Analisis+kinerja+keuangan+perusahaan,+Cetakan+pertama.+Banten:+Desanta+Mulia+visitama.+&ots=QqV92yJA5W&sig=cP3zcCfPQ5Xv7PXJbW11iEbG958&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Andriani, S., & Yolanda, Å. (2021). Celebrity Endorsement di Instagram – TEARS Model : Perilaku Pembelian Konsumen di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.37673/JEBI.V6I02.1496>
- Anggitasari, O. D., & Ahmadi, M. A. (2025). Peran Influencer dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1197–1207. <https://doi.org/10.62710/BE65Z524>
- Anggraeni, M. S., & Handayani, L. S. (2024). The Influence Of Discounts, Content Marketing And Influencer Marketing On Decisions To Purchase Scarlett

- Whitening Products At Tiktok Shop. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 8670–8678. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I2.5714>
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2020.03.003>
- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 716–724. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2506>
- Chan, S., & Asni, K. (2023). Encouraging Purchase Intention in TikTok Live Streaming: The Role of Live Streaming Shopping Attributes. *Journal of Accounting Research, Organization, and Economics*, 6(1), 19–33. [www/http/jurnal.usk.ac.id/JAROE](http://jurnal.usk.ac.id/JAROE)
- Chen, Y. H., Lin, I. K., Huang, C. I., & Chen, H. S. (2024). How Key Opinion Leaders' Expertise and Renown Shape Consumer Behavior in Social Commerce: An Analysis Using a Comprehensive Model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 2024, Vol. 19, Pages 3370–3385, 19(4), 3370–3385. <https://doi.org/10.3390/JTAER19040163>
- Costley, T., & Reilly, C. (2021). Methodological Principles for Researching Multilingually: Reflections on Linguistic Ethnography. *TESOL Quarterly*, 55(3), 1035–1047. <https://doi.org/10.1002/TESQ.3037;PAGE:STRING:ARTICLE/CHAPTER>
- Diabwolical (2025). Komentar Pada Postingan. X Comment. Diakses Pada 10 Mei 2025
- EFEKTIVITAS PERUBAHAN KEBIJAKAN - Dian Purwanti - Google Buku. (n.d.). Retrieved June 9, 2025, from https://books.google.co.id/books/about/EFEKTIVITAS_PERUBAHAN_KEBIJAKAN.html?hl=id&id=GVLKEAAQBAJ&redir_esc=y
- Erwin Permana, Anita Wulandari, Rizky Alfiani Fadilah, & Syamsurizal, S. (2024). Strategi Key Opinion Leader (KOL) Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Wardah. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 198–211. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.483>
- Febriana, B., Pratiwi, N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1501–1511. <https://doi.org/10.26740/Jptn.V10n1.P1501-1511>

- Fernando, J. F. (2025). Instagram dan Influencer sebagai Tonggak Tranformasi Digital Public Relations UKWMS. *Jurnal Komunikatif*, 13(2), 265–280. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.6092>
- Hamisena, M., & Sudyasjayanti, C. (2024). The Effect Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, And Online Customer Review On Smartphone Purchasing Decisions For Generation Z In Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4), 3653-3664–3653–3664. <https://doi.org/10.37676/EKOMBIS.V12I4.6326>
- Handayani, N. T., & Usman, O. (2021). The Effect of Online Customer Review, Influencer Marketing, Quality Website on Purchase Decisions Online on Online Marketplace Shopee. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3768800>
- Hugh, D. C., Dolan, R., Harrigan, P., & Gray, H. (2022). Influencer marketing effectiveness: the mechanisms that matter. *European Journal of Marketing*, 56(12), 3485–3515. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2020-0703>
- Irfan Sodikin (2025). Komentar Pada Postingan. Tiktok Comment. Diakses Pada 10 Mei 2025
- Jakarta, U. N. (2023). Panduan penulisan proposal skripsi dan skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
- Jurnal, H., Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022a). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/JEMPPER.V1I2.390>
- Jurnal, H., Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022b). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/JEMPPER.V1I2.390>
- Jurnal, H., Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022c). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/JEMPPER.V1I2.390>
- Likert Measurement Scale in Education and Social Sciences: Explored and Explained. (2024). *EDUCATUM Journal of Social Sciences*, 10, 77–88. <https://doi.org/10.37134/EJOSS.VOL10.1.7.2024>
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Geraldi, L., Karunia Tunjungsari, H., & Korespondensi, P. (2023). Pengaruh Kredibilitas dan Citra Influencer pada

- Konsumen Scarlett Purchase Intention. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 1043–1050. <https://doi.org/10.24912/JMK.V5I4.26979>
- Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia - GoodStats*. (n.d.). Retrieved June 26, 2025, from <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Morissan, M. (2020). Hubungan penggunaan smartphone dan kinerja akademik di kalangan mahasiswa. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 158–181. <https://doi.org/10.25139/JSK.V4I1.1800>
- Nafiza, F. S., & Khasanah, I. (2024). Analisis Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, Dan Expertise Influencer Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Produk Wardah (Studi pada Calon Konsumen Kosmetik Wardah di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 13(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/47736>
- Pakaya, S. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Pendelegasian Wewenang terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 88–100. <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Pan, M., Blut, M., Ghiassaleh, A., & Lee, Z. W. Y. (2024). Influencer marketing effectiveness: A meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(1), 52–78. <https://doi.org/10.1007/S11747-024-01052-7/TABLES/8>
- Paramasari, S. N. (2024). Penggunaan Beauty Key Opinion Leader Dalam Strategi Membangun Kesadaran Merek Produk Kecantikan Lokal Indonesia. *Kinesik*, 11(2), 161–171. <https://doi.org/10.22487/EJK.V11I2.1359>
- Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Disiplin Menggunakan Skala Likert dalam Pembelajaran Tematik Kelas IV SD | FONDATIA*. (n.d.). Retrieved June 30, 2025, from https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/fondatia/article/view/1090?utm_source=chatgpt.com
- Pratiwi, A., Oktavia Adiwijaya, N., & A'yuni Ar Ruhimat, Q. (2024a). Pengukuran Efektivitas Endorsement Melalui Akun Kreator dan Akun Publik Instagram Menggunakan TEARS Model. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 25(2), 69–77. <https://doi.org/10.33319/SOS.V25I2.211>
- Pratiwi, A., Oktavia Adiwijaya, N., & A'yuni Ar Ruhimat, Q. (2024b). Pengukuran Efektivitas Endorsement Melalui Akun Kreator dan Akun Publik Instagram Menggunakan TEARS Model. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 25(2), 69–77. <https://doi.org/10.33319/SOS.V25I2.211>
- Prof. Dr. MBONIGABA Celestin PhD in Accounting, P. in A.-D. A. and B. S. Dc. P. C. F. (2024). Impact On Brand Trust And Consumer Behavior: Leveraging Social Media Influencers To Drive Credibility And Engagement Across

- Industries. *International Journal of Applied and Advanced Scientific Research (IJAASR)*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13887149>
- Putri, A., Safitri, D., & Sujarwo. (2024). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Kehidupan Masyarakat Dalam Perspektif Sosial Budaya: Indonesia. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 7(1), 195–198. <https://doi.org/10.26740/IJSS.V7N1.P195-198>
- Ramadhan, F. V. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Twice Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Iklan Scarlett #Revealyourbeauty. *Sengkuni Journal (Social Science and Humanities Studies)*, 4(1), 153–162. <https://doi.org/10.37638/SENGKUNI.4.1.153-162>
- Riset, J., Komunikasi, M., & Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/JRMK.V1I1.117>
- Riska Puspita. (2024). Fenomena Perilaku Belanja Online sebagai Pilihan Konsumsi pada Laki-laki Usia Produktif. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4361–4371. <https://doi.org/10.47467/ALKHARAJ.V6I4.937>
- Rodi, R., Ahmad, S., & M. Rahman, F. (2023). The Influence of Service Quality, Product Quality and Trust on Customer Loyalty of CV. Ferdi Mandiri. *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 06(12). <https://doi.org/10.47191/JEFMS/V6-I12-13>
- Rohmawati, S. P., Ahmadi, M. A., & Surakarta, M. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing terhadap Brand Awareness dan Purchase Decision pada Produk The Originote. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1001–1013. <https://doi.org/10.62710/YS2TKS33>
- Rufaida, B. S. (2023). Pengaruh Gaya Bahasa Generasi Z Dalam Berbahasa Indonesia Di Era Globalisasi Terhadap Keutuhan Bahasa Indonesia. *Translation and Linguistics (Transling)*, 3(3), 169–181. <https://doi.org/10.20961/TRANSLING.V3I3.82707>
- Setiawan Wibowo, T., Mamis, S., Rachmawati Yahya Nova Tri Romadloni, S., Witjaksono, G., Ananda Trianti Mia Nurislamiah, F., Fauzi, R., Caesa Silviana, S., Fadilah Ellen Tantrisna, R., Benny Alexsius Pardosi, V., & Akmal, M. N. (2024). *TRANSFORMASI TEKNOLOGI KOMUNIKASI*. www.penerbitainamediabaswara.com
- Shan, Y., Chen, K. J., & Lin, J. S. (2020). When social media influencers endorse brands: the effects of self-influencer congruence, parasocial identification, and perceived endorser motive. *International Journal of Advertising*, 39(5), 590–610. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1678322>

- Sihotang, H., Pd, M., Penerbitan, P., Buku, P., & Tinggi, P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi(Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional). *Metode Penelitian Komunikasi*, 1–152.
- Theresya, H. L., & 'Aini, Y. N. (2024). Pengaruh Key Opinion Leader (Kol) Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare N'pure. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 74–79. <https://doi.org/10.33795/JAB.V10I1.3724>
- Trianasari, N., Fitriani, N., & Rachmawati, I. (2023). The Influence of Social Media Marketing and Influencer Endorsement Through Brand Image and Trust, and Their Impact on the Purchase Intention of the MS Glow Brand Through the Tiktok Application. *International Journal of Professional Business Review*, 8(10), e03793. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i10.3793>
- Umiyati, H. (2021). *Populasi Dan Teknik Sampel* (Vol. 7, Issue 1) [Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar]. <https://doi.org/10.33506/js.v7i1.1170>
- Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen Yulia Utami, U., Muslim Rasmanna, P., Utami, Y., & Pelita Nusantara Medan, S. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/SAINTEK.V4I2.730>
- View of Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. (n.d.). Retrieved June 9, 2025, from <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/index.php/yasaanggana/article/view/69/41>
- View of Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara*. (n.d.). Retrieved June 10, 2025, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/33692/31877>
- Wahyuni, F. E., Zahra Amanda, D., Amelia, A. N., Tri, R., Putra, S., Wanimbo, J., Nugroho, R. H., Veronica, L., & Rihidima, S. (2024). ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MANAJEMEN BISNIS RITEL: STUDI LITERATUR. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 11(2), 21–30. <https://doi.org/10.8734/MUSYTARI.V11I2.7752>
- Warkhamna, L., Ilmi, M., Mahendri, W., Wahab, K. A., & Jombang, H. (2023). Pengaruh Key Opinion Leader, Trustworthiness Dan Risk Perception Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kecantikan Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 403–411. <https://doi.org/10.47233/JEMB.V2I2.1235>

- Warongan, B. U. C., Dotulong, L. O. H., & Lumintang, G. G. (2022). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT JORDAN BAKERY TOMOHON. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 963–972. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V10I1.38527>
- Widyadhana, A. J. (2023). *Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific*.
- Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PRofesi Humas*, 6(1), 23–44. <https://doi.org/10.24198/PRH.V6I1.29693>
- Youtubercupu (2025). Komentar Pada Postingan. Youtube Comment. Diakses Pada 10 Mei 2025
- Zahrani, S. F., & Marlien, R. A. (2023). The Influence Of Digital Marketing Content On The Purchase Decision (Study On Erigo Product Users In Semarang City). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 18(2), 151–159. <https://doi.org/10.34152/FE.18.2.151-159>
- Zhang, K., Zhang, M., & Li, C. (2021). Effects of Celebrity Characteristics, Perceived Homophily, and Reverence on Consumer-Celebrity Para-Social Interaction and Brand Attitude. *Frontiers in Psychology*, 12, 711454. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2021.711454/BIBTEX>

Intelligentia - Dignitas